

ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

STUDY AND DEVELOPMENT FOOD CART TO CREATE
THE APPEARANCE ISAN FOOD

สัญญา สีสะอาด
SANCHA SEESAARD

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2560

KMITL-2017-ED-M-222-082

STUDY AND DEVELOPMENT FOOD CART TO CREATE
THE APPEARANCE ISAN FOOD

SANCHA SEESAARD

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN
TECHNOLOGY OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2017

KMITL-2017-ED-M-222-082

COPYRIGHT 2017

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์
อาหารอีสาน
Study and Development Food Cart to Create
the Appearance Isan Food

นักศึกษา

นายสัญญา สีอาด

รหัสประจำตัว

57603123

ปริญญา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

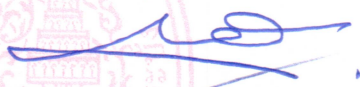

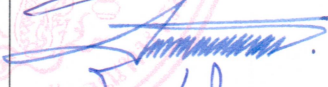
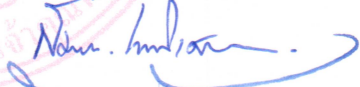
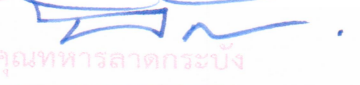
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
รศ.สถาพร	ดิบุญมี ณ ชุมแพ	
รศ.อุดมศักดิ์	สาริบุตร	
รศ.ดร.ทรงวุฒิ	เอกวุฒิวงศา	
ดร.สมชาย	เซเวิเศษ	
ผศ.ดร.ธเนศ	ภิรมย์การ	

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ

18 กรกฎาคม 2560 เวลา 09.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ

ณ ห้อง ค. 417 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.กิติยพงศ์ มะโน)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

วันที่ 31 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
นักศึกษา	นายสัญญา สีอาด
รหัสประจำตัว	57603123
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2560
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกภูมิวงศา

บทคัดย่อ

ในงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ 2) เพื่อพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสานเคลื่อนที่ จำนวน 60 คน ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการลงพื้นที่กรณีศึกษา คือ เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี และเขตประเวศ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กับกลุ่มผู้ประกอบการ และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการใช้เครื่องมือมาเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) และทำการวิเคราะห์โดยการจัดกลุ่ม (Grouped Data) พบว่า มีอยู่ 3 ประเด็นหลักที่ควรพัฒนาในรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ได้แก่ การพัฒนาให้แสดงออกที่มีภาพลักษณ์ถึงความเป็นอีสาน การพัฒนาให้มีภาพลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย การพัฒนาให้มีความปลอดภัยต่อการจัดวางในพื้นที่จำหน่าย เมื่อได้ประเด็นในการพัฒนาแล้วผู้วิจัยทำแบบร่างและสร้างเครื่องมือ เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

จากผลการประเมินพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานเลือกรูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) (S.D.=0.20) และมีระดับความเหมาะสมด้านการสร้างภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) (S.D.= 0.29) จากนั้นผู้วิจัยได้พัฒนาแบบร่าง โดยนำเอาข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาและสรุปรูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน สรุปภาพรวมจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ พบว่า การพัฒนาลดขนาดตัวรถขายอาหารอีสาน

เคลื่อนที่ ต้องจัดวางทิศทางให้มีความสอดคล้องกันของลวดลายและอาจจะตัดทอนลวดลายจาก วัฒนธรรมอีสานรูปแบบอื่นเข้ามาผสมผสานให้ภาพลักษณ์ชัดเจนยิ่งขึ้น และเพิ่มเติมกันสอดคล้องด้านหน้า ร้าน โดยไม่ไปลดทอนการแสดงออกของภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ขณะจัดวางในพื้นที่ จำหน่าย จากนั้น ผู้วิจัยจึงสร้างหุ่นจำลอง เพื่อทำการประเมินความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, รถขายอาหารเคลื่อนที่, อาหารอีสาน

Thesis Title	Study and Development Food Cart to Create the Appearance Isan food
Student	Mr.Sancha Seesaard
Student ID.	57603123
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design
Year	2017
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Udomsak Saributr
Thesis Co-Advisor	Assoc. Prof. Dr. Songwut Eakwutvongsa

ABSTRACT

In this research Aimed 1) to investigate the Isan food carts sales and Isan food sales behavior.2) To development the Isan food carts and creation the image of Isan food. 3) To assess their satisfaction of Isan food operators and consumers. The research sample consisted of 60 persons. The study was conducted by using the case study of Ladkrabang, Minburi and Prawet. The researcher uses an interview form questionnaire the study area, the researcher used a purposive sampling technique with the entrepreneurs and uses The Accidental Sampling Method with the consumer group. The researcher uses SWOT analysis and analysis data by Grouped Data. There are three main areas to be developed in the Isan food carts. First, the development to express the image of Isan. Then the development of image in the usability. Next the development of a good image for placement in the distribution area. Finally, When it comes to development issues. The researcher makes drafts and create tools. To ask the opinion of the experts on the development to create the appearance Isan food carts. It based on the results of the evaluation.

The experts on the development to create the appearance Isan food carts, choose the first model with the appropriate level of development of the Isan food cart moving average level was very high ($\bar{x} = 3.85$) (S.D.=0.20) and the appropriate level of Isan food carts image. The Isan food cart movement was very high ($\bar{x} = 3.75$) (S.D.=0.29). By taking expert advice to develop and summarize the Isan food carts model to create the appearance Isan food carts. Moreover, The overview of the expert's recommendations. Entrepreneurs and consumers of the Isan Food Movement Vehicle found that the development of the pattern on the Northeast moving Isan food carts sold. The directions of

the pattern must be aligned and the pattern of other Isan cultures may be cut off and more awning point in front of the shop. Without compromising on the expression of the Isan food carts appearance while placing in the sales area. Then the research modeled to evaluate the satisfaction, It was concluded that the satisfaction of the operators and consumers of the Isan food carts was a high level.

Keyword: The appearance, Food carts, Isan Food

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ก็ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.จินตนา บุณนาค ที่ให้ความรู้และข้อมูล ตรวจสอบและประเมินรูปแบบ พร้อมทั้ง เสนอแนะข้อคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินรูปแบบ รศ.ว่าที่ร้อยโท ดร.พิชัย สดภิบาล อาจารย์ ดร.ธีราทัด เลิศชำของกุล อาจารย์ณรัชทัย จันเสน อาจารย์ดารณี ธนวัฒน์ รศ.ดร. จินตนา บุณนาค

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง อาจารย์ ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ และ อาจารย์ ดร. บุรีคำพันธ์ ที่ท่านได้ให้ความกรุณาแนะนำ สุราสินีนี้ตรวจสอบและทำการประเมินรูปแบบ พร้อมทั้งเสนอแนะ ข้อคิดเห็นให้ผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงพัฒนาในงานวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สังเกตและลงพื้นที่ สัมภาษณ์ ที่สนับสนุนด้านข้อมูล ข้อเสนอแนะ และเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัย

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ บิดา มารดา อาจารย์ และผู้มี พระคุณทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่ให้ความช่วยเหลือกับงานวิจัยครั้งนี้ที่ไม่ได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้

สัญญา สีสะอาด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	6
1.6 นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 การศึกษาข้อมูลด้านเอกลักษณ์ของชาวอีสาน.....	8
2.1.1 ประวัติศาสตร์ชาวอีสาน.....	8
2.1.2 วัฒนธรรมและประเพณีของชาวอีสาน.....	10
2.1.3 อาชีพของชาวอีสาน.....	21
2.1.4 ศิลปหัตถกรรมของชาวอีสาน.....	21
2.2 การศึกษาข้อมูลด้านวัฒนธรรมการรับประทานอาหารอีสาน.....	63
2.2.1 วัฒนธรรมอาหารอีสาน.....	63
2.2.2 วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร.....	64
2.2.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารอีสาน.....	67
2.2.4 ชนิดและประเภทของอาหารอีสาน.....	68
2.3 การศึกษาข้อมูลด้านร้านอาหารอีสานในกรุงเทพมหานคร.....	73
2.3.1 ประเภทของร้านอาหารอีสานในกรุงเทพมหานคร.....	73
2.3.2 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่.....	77
2.3.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในกิจการร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่.....	80

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.4 การศึกษาข้อมูลด้านกฎหมายเทศบัญญัติ.....	91
2.5 การศึกษาด้านปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค.....	99
2.5.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	99
2.5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	101
2.5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	104
2.6 การศึกษาข้อมูลด้านหลักการสุขาภิบาลอาหาร.....	105
2.6.1 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านสถานที่จำหน่ายอาหาร.....	106
2.6.2 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการล้าง การเก็บ ภาชนะและอุปกรณ์.....	106
2.6.3 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการเก็บอาหาร.....	108
2.6.4 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการปรุงอาหาร.....	108
2.6.5 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการกำจัดของเสียและสิ่งปฏิกูล.....	109
2.7 การศึกษาข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	110
2.7.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.....	110
2.7.2 หลักการสร้างภาพลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์.....	113
2.7.3 แนวทางการออกแบบเพื่อการผลิต.....	117
2.7.4 วัสดุที่ใช้ในการผลิต.....	119
2.7.5 หลักการยศาสตร์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	127
2.7.6 หลักการความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	134
2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	138
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	142
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	142
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	145
3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	147
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	148
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	149
3.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	151
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	152
4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.....	152

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบการจำหน่าย.....	152
4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลด้านอุปกรณ์ที่ใช้กับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	155
4.1.3 ผลการศึกษาข้อมูลด้านกลุ่มตัวอย่าง.....	159
4.2 ผลการวิเคราะห์ การศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2.....	162
4.2.1 กระบวนการวิเคราะห์ SWOT.....	162
4.2.2 ผลการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	175
4.3 ผลการวิเคราะห์ การศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3.....	190
4.3.1 ผลการประเมินความพึงพอใจ รถขายอาหารอีสาน ที่ผู้วิจัยพัฒนา.....	190
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	194
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	194
5.1.1 สรุปผลการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขาย...194	
5.1.2 สรุปผลการประเมินการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	196
5.1.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่...196	
5.2 อภิปรายผล.....	197
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	199
บรรณานุกรม.....	200
ภาคผนวก.....	202
ภาคผนวก ก.....	203
ภาคผนวก ข.....	214
ภาคผนวก ค.....	227
ภาคผนวก ง.....	235
ภาคผนวก จ.....	253
ภาคผนวก ฉ.....	256
ภาคผนวก ช.....	269
ประวัติผู้เขียน.....	273

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของรถขายอาหารเคลื่อนที่ในปัจจุบัน.....	124
2.2 การแสดงค่าตัวเลขอัตราส่วนระหว่างมิติต่างๆของร่างกายของชาย-หญิงไทย.....	127
2.3 การแสดงตัวเลขขนาดรัศมีการเอื่อมในระยะต่างๆ.....	129
4.1 อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	156
4.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับความความคิดเห็น.....	159
4.3 ความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่.....	160
4.4 ความคิดเห็นที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน.....	161
4.5 ผลการวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาแนวทางในการพัฒนา.....	163
4.6 การจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันกับปัจจัยในการออกแบบ.....	168
4.7 การนำแบบร่างมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ SWOT.....	170
4.8 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ รูปแบบที่ 1.....	179
4.9 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ รูปแบบที่ 2.....	180
4.10 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญรูปแบบที่ 3.....	181
4.11 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มประชากรตัวอย่าง.....	190
4.12 ความคิดเห็นที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่พัฒนาโดยผู้วิจัย.....	191

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 หมอลำ.....	12
2.2 รำบายศรี.....	13
2.3 เชิงกระต๊อบ.....	13
2.4 ฟ้อนภูไท.....	14
2.5 กะโนบติงต๋อง.....	15
2.6 หนังประโมทัยอีสาน.....	16
2.7 การผูกเสี่ยว.....	17
2.8 ผีตาโขน.....	18
2.9 ผีขนน้ำ.....	18
2.10 การสู่ขวัญ.....	19
2.11 แห่นางแมว.....	21
2.12 กระซัง.....	23
2.13 กระเช้า.....	23
2.14 กระติบ.....	24
2.15 กระจ่อง.....	24
2.16 ก่องข้าว.....	25
2.17 กะต่า.....	26
2.18 ช้อง.....	26
2.19 งามแดงดา.....	27
2.20 จ่อ.....	27
2.21 จั่น.....	28
2.22 ไช.....	28
2.23 ดั่ง.....	29
2.24 ตุ่ม.....	30
2.25 พา.....	30
2.26 มวย.....	31
2.27 อุบ.....	31
2.28 ชะลอม.....	32
2.29 ไห.....	33
2.30 เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง.....	34

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.31 ผ้าลายจิด.....	36
2.32 ผ้ายกทอง.....	37
2.33 ผ้าไหม.....	38
2.34 ผ้าย้อมคราม.....	38
2.35 ผ้าสามตะกอ.....	39
2.36 ผ้ามัดหมี่.....	40
2.37 ผ้าเสว.....	40
2.38 ผ้าแพรวา.....	41
2.39 ผ้าขึ้นตีนแดง.....	42
2.40 ผ้าโฮล.....	42
2.41 ผ้าโสร่งเปราะะห์.....	43
2.42 ผ้าอัมปรม.....	43
2.43 ชั้นหมาก.....	44
2.44 เกวียน.....	44
2.45 ขอ.....	45
2.46 จิก.....	45
2.47 ฉมวก.....	46
2.48 ซวย.....	46
2.49 ตลับ.....	47
2.50 ตี๋.....	47
2.51 ไน.....	48
2.52 บวย.....	48
2.53 โปงไม้.....	49
2.54 พะเนียงปิ่น.....	49
2.55 ฟีม.....	50
2.56 เขี่ยหมาก.....	50
2.57 ลัน.....	51
2.58 สลักแอก.....	51
2.59 แอบ.....	52
2.60 โองกะบอง.....	52

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.61 แคน.....	54
2.62 ฮ่อง.....	55
2.63 โหวด.....	55
2.64 โปงกลาง.....	56
2.65 พิณ.....	56
2.66 ว่าว.....	57
2.67 ขบวนแห่เทียนพรรษา.....	57
2.68 ขบวนแห่บั้งไฟ.....	58
2.69 ขบวนแห่ปราสาทผึ้ง.....	59
2.70 ธรรมมาสน์.....	59
2.71 พระไม้.....	60
2.72 ฮูปแต้ม.....	61
2.73 ศิลปะถ้ำที่เขากันทรังาม จังหวัดนครราชสีมา.....	62
2.74 การแห่พะเหวด.....	62
2.75 บรรยากาศภายในร้านอาหารอีสานในห้างสรรพสินค้า.....	74
2.76 บรรยากาศภายในร้านอาหารอีสานขนาดใหญ่.....	74
2.77 ร้านอาหารอีสานขนาดกลาง.....	75
2.78 ร้านอาหารอีสานขนาดกลาง.....	75
2.79 ร้านอาหารอีสานขนาดเล็ก.....	76
2.80 ร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่.....	77
2.81 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่ขนาดเล็กแบบตระเวน.....	78
2.82 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่ขนาดเล็กแบบจอดขายประจำจุด.....	79
2.83 รถกระบะสำหรับการขายอาหาร.....	80
2.84 รถดัดแปลงเพื่อใช้ในการขายอาหาร.....	80
2.85 รถมอเตอร์ไซค์เพื่อใช้ในการขายอาหาร.....	81
2.86 รถเข็นที่ใช้ในการขายอาหาร.....	81
2.87 พื้นที่ต่อติดกับมอเตอร์ไซค์เพื่อขายอาหาร.....	82
2.88 โต๊ะพับในร้านอาหาร.....	82
2.89 เก้าอี้พับในร้านอาหาร.....	83
2.90 รมกางในร้านอาหาร.....	83

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.91 อุปกรณ์ช้อน ส้อม และตะเกียบ.....	84
2.92 ตะกร้าสำหรับใส่ผักสดรับประทานบนโต๊ะอาหาร.....	84
2.93 หวดนึ่งข้าวเหนียว.....	85
2.94 อุปกรณ์ถ้วย จาน ชาม.....	85
2.95 ลังโพนสำหรับเก็บของสด.....	86
2.96 ครกกับสากที่ใช้ในการประกอบอาหาร.....	86
2.97 หม้อที่ใช้ในการประกอบอาหาร.....	87
2.98 เตาแก๊สและถังแก๊ส.....	87
2.99 เตาถ่านใช้ในการปิ้งหรือย่าง.....	88
2.100 ตะแกรงใช้ในการปิ้งหรือย่าง.....	88
2.101 เขียงกับมีด.....	89
2.102 ถาดสำหรับใส่ของสด.....	89
2.103 หม้อเล็กที่ใช้ในการรวนหรือทำลาบน้ำตก.....	90
2.104 กระติบข้าวเหนียว.....	90
2.105 ขั้นตอนการพัฒนาภาพลักษณะองค์กร.....	115
2.106 แผนภาพลำดับการจดจำพื้นฐานของมนุษย์.....	116
2.107 องค์ประกอบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน.....	123
2.108 การนั่งและยืนพร้อมทั้งการยืนแขนและขา.....	128
2.109 รัศมีการเอื่อมในลักษณะต่างๆ.....	129
2.110 รัศมีการเอื่อมในลักษณะต่างๆ.....	129
2.111 สัดส่วนมนุษย์กับการประกอบอาหาร 1.....	130
2.112 สัดส่วนมนุษย์กับการประกอบอาหาร 2.....	131
2.113 น้ำหนักกับความสูงของพื้นที่ทำงาน.....	132
2.114 การยศาสตร์ของมือกับการทำงาน.....	133
2.115 การยศาสตร์การมองของมนุษย์.....	134
3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	151
4.1 รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่แบบตระเวนจำหน่าย.....	153
4.2 รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่แบบเคลื่อนที่มาจอดทำการจำหน่ายเฉพาะจุด.....	154
4.3 อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	155
4.4 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1.....	175

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.5 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ รูปแบบที่ 2.....	176
4.6 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ รูปแบบที่ 3.....	176
4.7 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1.....	177
4.8 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 2.....	177
4.9 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 3.....	178
4.10 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1.....	182
4.11 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1.....	182
4.12 การพัฒนาภาพลักษณะรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1.....	183
4.13 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1.....	183
4.14 การพัฒนา แบบที่ 1 จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ.....	184
4.15 รูปแบบที่พัฒนาจากแนวทางและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ.....	184
4.16 ข้อมูลวัสดุของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	185
4.17 ข้อมูลชิ้นส่วนมาตรฐานในการผลิตของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	185
4.18 ประโยชน์ใช้สอยของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	186
4.19 ประโยชน์ใช้สอยของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	186
4.20 ไฟส่องสว่างภายในรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่.....	187
4.21 zoning analysis.....	187
4.22 การเขียนแบบเพื่อการผลิต.....	188
4.23 Assembly Part.....	188
4.24 จำลองการใช้งานผลิตภัณฑ์.....	189
4.25 จำลองการใช้งานผลิตภัณฑ์.....	189
จ.1 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสานขนาด 1:4 cm.....	254
จ.2 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสานมุมด้านบน.....	254
จ.3 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสานมุมด้านหลังและด้านข้าง.....	255
จ.4 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสาน.....	255
ช.1 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ รศ.ดร.จินตนา บุณนาค.....	270
ช.2 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ รศ.ว่าที่ร้อยโท ดร.พิชัย สดภิบาล.....	270
ช.3 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ ดร.ธีรชาติ เลิศข้าของกุล.....	271
ช.4 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ณัฏฐิ์ จันเสน.....	271
ช.5 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ดารณี ธนวัฒน์.....	272

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกคน มนุษย์รับประทานอาหารก็เพื่อความอยู่รอดและเพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกาย มนุษย์นั้นมีความสนใจในอาหารแตกต่างกันโดยที่กระบวนการต่างๆที่จะได้มาซึ่งอาหารนั้น ล้วนมาจากภูมิปัญญาของมนุษย์ แล้วนำภูมิปัญญาที่ได้มาสืบทอดต่อกันมา ซึ่งอาหารแต่ละประเภทยังก็มีที่มาจากธรรมชาติที่แตกต่างกัน จึงทำให้กรรมวิธีการปรุงอาหารก็แตกต่างกันออกไปด้วย มีวิวัฒนาการอยู่ตลอดเวลา ปรับเปลี่ยนไปตามความพึงพอใจของผู้บริโภคและการดำเนินชีวิตของบุคคลที่มีความต่างของกลุ่มสังคมและวัฒนธรรมชุมชนอิสานนั้นมีวิถีชีวิตที่ผูกพันอยู่กับธรรมชาติ ดำเนินชีวิตด้วยการผลิตแบบพึ่งพาตนเอง แต่ละครอบครัวทำกิจกรรมการผลิตหลายอย่าง เช่น ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ ทอผ้า เครื่องจักสานและหาอาหาร ผลตอบแทนที่ได้จากการผลิตคือ ข้าว อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องใช้ ซึ่งเพียงพอสำหรับทุกคนในครอบครัว ไม่จำเป็นต้องพึ่งตลาด การประกอบอาหารจึงใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น (ชลิต ชัยครรชิต. 2544 : 129-130) ชาวอิสานมีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายเช่นเดียวกับการรับประทานอาหารซึ่งมักจะรับประทานได้ทุกอย่าง เพื่อการดำรงชีวิต อาหารส่วนใหญ่จะเป็นจำพวกเนื้อสัตว์ เช่น หมู วัว ไก่ ควาย เป็นต้น รสชาติอาหารจะออกไปทางเผ็ด เค็มและเปรี้ยวจัดจ้าน มีวิธีการปรุงอาหารที่เรียบง่ายและสะดวก รวดเร็ว เป็นที่รู้จักทั้งในหมู่ของคนไทยและชาวต่างชาติ อาหารชาวอิสานนั้นไม่ตายตัวกรรมวิธีการปรุงนั้นจะมีหลายวิธีการด้วยกัน เช่น ปิ้ง ย่าง ทอด จี่ อ่อม แกง ต้ม ลาบ ก้อย เป็นต้น(นลินคูมรพัฒนะ. 2536 : 3) วัฒนธรรมการกินของคนอิสานได้เดินทางมาพร้อมกับคนอิสานที่อพยพเข้ามาหางานทำในกรุงเทพฯซึ่งแต่เดิมนั้นจะเข้ามาในช่วงที่บ้านเกิดของตนนั้นอยู่ในหน้าแล้งเมื่อหมดแล้งก็กลับสู่ภูมิลำเนา แต่ในปัจจุบันนั้นชาวอิสานได้เข้ามาตั้งหลักปักฐานในกรุงเทพฯเพื่อเข้ามาทำมาหากินอย่างจริงจังมีที่อยู่อาศัยอย่างเป็นทางการเป็นหลักเป็นแหล่งในเมืองหลวง ส่งผลให้อาหารอิสานนั้นเป็นที่รู้จักกันในหมู่คนสำหรับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ เกิดเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่และเริ่มที่จะมีการพัฒนารูปแบบอาหารให้มีรสถูกใจผู้บริโภคกลุ่มใหม่อย่างในเมืองกรุง (ศิริลักษณ์ รอดยงค์. 2552 : 5)

รสชาติอาหารอิสานเคลื่อนที่เป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวอิสานและชาวไทยโดยทั่วไป แต่ที่ผ่านมากลับมีความสัมพันธ์กับมวลชนในระดับล่างคนสามัญธรรมดาที่มีกำลังจ่ายไม่มากนัก การรับประทานอาหารอิสานจึงเป็นเพียงการแวะเวียนเข้าไปรับประทานเพียงช่วงเวลาสั้นๆแต่ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไป รสชาติอาหารอิสานเคลื่อนที่ได้มีมากขึ้นในกรุงเทพมหานคร การขายอาหารอิสานในรูปแบบที่เคลื่อนที่ไปไหนต่อไหนได้ทำให้อาหารอิสานสามารถกระจายไปยังจุดต่างๆของเมืองหลวงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันมีรสชาติอาหารอิสานเคลื่อนที่ที่เกิดขึ้น

เป็นจำนวนมากแต่พบว่ารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบันนี้มีความคล้ายคลึงกับรถขายอาหารเคลื่อนที่ประเภทอื่นๆ ทั้งๆที่อาหารอีสานมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของชาวอีสานได้อย่างดี แต่ในทางกลับกันรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ไม่ได้แสดงออกถึงความเป็นอีสานออกมาเพื่อสร้างจุดเด่นให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบถึงวัฒนธรรมอันดีงาม ผู้วิจัยเห็นว่าจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในความเป็นอีสานนี้ออกมา เพื่อให้เกิดเป็นรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่เป็นภาพลักษณ์ใหม่ให้มาจดจำต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ไม่ใช่แค่เพียงมาอุดหนุนแต่ให้ผู้บริโภคนั้นได้มาชื่นชมวัฒนธรรมอีสานไปด้วย และเป็นการช่วยให้เกิดเป็นความนิยมต่อผู้บริโภคจนกลายเป็นลูกค้าประจำ (วราชัย ชิงทอง.2555: 1)

จากการลงพื้นที่และสังเกตการณ์ผู้วิจัยพบว่าเสน่ห์ของอาหารอีสานอย่างหนึ่งก็คือขั้นตอนของการปรุงการสร้างสรรค์ในแต่ละเมนูซึ่งมีความหลากหลายและมีกรรมวิธีการปรุงที่แตกต่างกันลักษณะของการปรุงจะมีความฉับไวแม่นยำและรวดเร็วแต่ละเมนูจะใช้เวลาในการรอไม่นานนัก แต่ละร้านก็จะจัดส่วนของการประกอบอาหารไว้ตรงหน้าร้านเป็นส่วนใหญ่ไม่เนียมที่จะทำครัวไว้ด้านหลังร้าน ซึ่งจุดนี้เองที่ผู้วิจัยพบว่าผู้บริโภคบางกลุ่มยังขาดความเชื่อมั่นในการรับประทานอาหารอีสานกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และเลือกที่จะไปรับประทานอาหารอีสานที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือภัตตาคารแทน ทำให้การรับประทานอาหารอีสานในรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่นั้นถูกมองข้ามไป ทั้งที่ในปัจจุบันนี้มีรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่อยู่เป็นจำนวนมากแต่เจาะกลุ่มได้เพียงชาวอีสานแท้ๆที่มาทำงานในเมืองเท่านั้น ประชากรในภูมิภาคอื่นที่อาศัยในกรุงเทพมหานครยังมีสัดส่วนจำนวนในการเข้าร้านอาหารอีสานแบบนี้้น้อยกว่าชาวอีสานจริงๆ ผู้วิจัยพบว่าคุณค่าของอาหารอีสานควรที่จะให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับกับทุกกลุ่มผู้บริโภคและต้องแสดงออกถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาวอีสานผ่านร้านอาหารอีสานนี้ด้วย ซึ่งร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่นี้เองที่จะเป็นตัวกลางที่จะสื่อสารให้กับคนโดยทั่วไปได้รู้จักกับความเป็นอีสานได้

และเพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายรัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีนโยบายเตรียมความพร้อมในการรองรับประชาคมอาเซียน ทั้งด้านการบริการสุขภาพ ด้านการควบคุมมาตรฐานอาหารนำเข้าและส่งออก รวมทั้งอาหารที่จำหน่ายและบริโภคในประเทศด้วยเพื่อให้ประชาชนได้บริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลต่อการมีสุขภาพดี ลดปัญหาการเจ็บป่วย กรมอนามัยเร่งรัดให้ร้านอาหารและแผงลอยพัฒนาให้ได้มาตรฐาน เพื่อยกระดับมาตรฐานร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร เตรียมพร้อมก้าวสู่การเป็นครัวโลก สร้างความเข้าใจมาตรฐานรถเข็นและแผงขายอาหารปลอดภัย ในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นครัวโลกนอกจากจะผลิตอาหารให้เพียงพอแล้ว อาหารจะต้องปลอดภัยเป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของนานาประเทศ (ไทยรัฐ.2556: ออนไลน์)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยพบว่าควรมีการพัฒนาอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานในแบบของชาวอีสานให้คงอยู่ ซึ่งสืบต่อกันมาอย่างยาวนาน ผู้วิจัยคาดหวังว่า การศึกษาและพัฒนาอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานนี้ จะสามารถสร้างค่าความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- 1.2.2 เพื่อพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
- 1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน” ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดไว้ดังนี้

1.3.1 กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

1.3.1.1 กรอบแนวคิดด้านวัฒนธรรมภายในสังคม

สังคมขนาดใหญ่มักจะมีวัฒนธรรมย่อยๆหรือกลุ่มของประชากรที่มีพฤติกรรมและความเชื่อที่แตกต่างกันไปในสังคม วัฒนธรรมย่อยนี้อาจจะมีความโดดเด่นจากกลุ่มอายุของสมาชิกหรือโดยเชื้อชาติชาติพันธุ์ ชั้นทางสังคมหรือเพศ คุณลักษณะที่เป็นตัวบ่งบอกลักษณะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอาจจะเป็นสุนทรียภาพ ศาสนา อาชีพ การเมือง เพศ หรือความสำคัญขององค์ประกอบเหล่านี้ (สำราญ ผลดี. 2557 : 11-12)

1.3.2 กรอบแนวคิดในด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

1.3.2.1 ศึกษาข้อมูลด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จำนวน 8 ข้อดังนี้ (เยาวฤทธิกระตุกฤษ์.2545:54)

1.3.2.1.1 ด้านวัสดุและอุปกรณ์ (Raw Materials)

1.3.2.1.2 ด้านประโยชน์ใช้สอย (Function)

1.3.2.1.3 ด้านความแข็งแรง (Construction)

1.3.2.1.4 ด้านกรรมวิธีการผลิต (Production)

1.3.2.1.5 ด้านความปลอดภัย (Safety)

1.3.2.1.6 ด้านความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or Sales Appeal)

1.3.2.1.7 ง่ายต่อการบำรุงรักษา (Easy to Maintenance)

1.3.2.1.8 การขนส่ง (Transportation)

1.3.2.2 ศึกษาข้อมูลการผลิตเป็นแนวทางการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานในระบบอุตสาหกรรม

โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีและแนวความคิดที่ศึกษาในขอบเขตทั้งหมด 10 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบการวิจัย จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

(ปริญญ์ บุญนิษฐ์ และ อรรคเจตต์ อภิขจรศิลป์. 2552: 38)

1.3.2.2.1 การออกแบบโดยใช้ชิ้นส่วนมาตรฐาน ที่มีจำหน่ายทั่วไปเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตชิ้นส่วนเฉพาะ

1.3.2.2.2 การออกแบบชิ้นส่วนให้สามารถทำงานได้หลายหน้าที่

1.3.2.2.3 การออกแบบให้ง่ายในการสร้างขึ้น เช่น ลดการปรับแต่งผิวชิ้นส่วนการขัดสี หรือการใช้เครื่องจักรเฉพาะ เป็นต้น

1.3.2.2.4 การออกแบบเพื่อง่ายต่อการเคลื่อนที่และจัดวางทิศทาง

1.3.3 กรอบแนวคิดด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

มีบทความตอนหนึ่งได้กล่าวเอาไว้ว่าภาพลักษณ์ที่ดีจะต้องมีความชัดเจน มิใช่เป็นเพียงชื่อหรือคำขวัญสั้นๆแต่จะต้องเป็นสิ่งที่เป็นจริง มองเห็นได้เป็นนามธรรมและเป็นที่ยอมรับ เป็นพื้นฐานของการกำหนดรูปแบบของสินค้าหรือบริการรวมถึงจุดที่แสดงสินค้า

(สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2546 : 25)

ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการสร้างภาพลักษณ์ให้กับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยของ(Cee B.M. van RielandJohnM.T.Balmer, 1997: 340)และ(ชัยรัตน์ อัครวางกูร.2548: 40, 52-53, 80-81) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการของทั้งสองท่าน แล้วนำหลักการที่มีความสอดคล้องกับหัวข้อที่ผู้วิจัยจะศึกษาเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยดังนี้

1.3.3.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจน

1.3.3.2 การกำหนดข้อความสำคัญที่ต้องใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์และลำดับความสำคัญของการสื่อสารและขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร

(Cee B.M. van RielandJohnM.T.Balmer, 1997: 340)

1.3.3.3 การสร้างจุดจดจำให้กับผลิตภัณฑ์

1.3.3.4 การออกแบบรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยได้อย่างลงตัว

1.3.3.5 การออกแบบให้มีความแปลกใหม่ (ชัยรัตน์ อัครวางกูร.2548 : 40, 52-53, 80-81)

1.3.4 กรอบแนวคิดการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่โดย

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการประเมินความพึงพอใจมีขอบเขตดังนี้ (ดวงฤทัย อ่างรังโชติ, 2550 : 133-134)

- 1.3.4.1 ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน
- 1.3.4.2 มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม
- 1.3.4.3 สอดคล้องกับเป้าหมาย
- 1.3.4.4 มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.4.1.1 เอกลักษณ์ของชาวอีสาน
- 1.4.1.2 วัฒนธรรมการรับประทานอาหารอีสาน
- 1.4.1.3 รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- 1.4.1.4 กฎหมายเทศบัญญัติ
- 1.4.1.5 ปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค
- 1.4.1.6 หลักการสุขาภิบาลอาหาร
- 1.4.1.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 1.4.1.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 ขอบเขตด้านสถานที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประชากรชาวอีสานที่เข้ามาในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาหาข้อมูลผู้วิจัยพบว่าเหตุผลที่ทำให้ชาวอีสานอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครก็เพราะเข้ามาหางานทำซึ่งมีร้อยละ 58 จากผลการสำรวจสำมะโนประชากรและการเคหะ พ.ศ.2533 และพ.ศ.2543 เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำไปเป็นข้อมูลในการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลของรถขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ในเขตที่มีนิคมอุตสาหกรรมอยู่ ซึ่งประกอบไปด้วย (สำมะโนประชากรและเคหะ.2543 : ออนไลน์)

- 1.4.2.1 นิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี
- 1.4.2.2 นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เขตลาดกระบัง

1.4.2.3 นิคมอุตสาหกรรมอัญธานีและนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โครงการ 2 เขตประเวศ

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ประเมินความคิดเห็นกับศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ประกอบด้วย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านหลักการสุขาภิบาลอาหาร และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินความพึงพอใจประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภคร้านอาหารอีสาน

1.4.3.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสาน 13 คน เป็นผู้ให้การสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

1.4.3.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 5คน เป็นผู้ประเมินรูปแบบจากแบบร่าง (Sketch Design) จำนวน 3 รูปแบบ นำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุงและนำไปสร้างต้นแบบ

1.4.3.3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินความคิดเห็น ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ประกอบการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ และกลุ่มผู้บริโภคอาหารอีสานรวมจำนวน 60 คน

1.5 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1.5.1 ขั้นตอนการศึกษาถึงรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

1.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

1.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจกับรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภคอาหารอีสาน

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 รถขายอาหาร หมายถึง รถเข็นที่มีลักษณะสี่ล้อ ใช้แรงคนในการเคลื่อนที่ ส่วนหลังจะเป็นล้อขนาดใหญ่ ส่วนหน้าจะเป็นล้อขนาดเล็ก มีหลังคาสำหรับป้องกันแดดและฝน มีช่องและพื้นที่สำหรับการจัดวางสิ่งของและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับทำการขายอาหารอีสาน

1.6.2 เคลื่อนที่ หมายถึง ลักษณะของการมาจอด ณ จุดขาย หรือบริเวณที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เมื่อทำการขายเรียบร้อยแล้วเคลื่อนที่กลับสู่ที่พัก

1.6.3 ภาพลักษณ์ หมายถึง รูปแบบและองค์ประกอบประโยชน์ใช้สอยของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผ่านการพัฒนาตามกรอบแนวคิดด้านภาพลักษณ์ โดยแสดงให้เห็นถึงความเป็นอีสานและมาตรฐานตามกรอบแนวคิดในการพัฒนา เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภคมารับประทานอาหารอีสานเพิ่มมากขึ้น

1.6.4 อาหารอีสาน หมายถึง อาหารประเภทตำ ตำซั่ว ลาบ หลาม ก้อย น้ำตก ส้ม แซะ อ่อม อ้อ หมก อุ้ม หมี่ แจ่ว ปั่น ซุบ ต้ม ปิ้งย่าง เผา ทอด แกง ชกเล็ก เลือดแปลง และยำ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยเรื่อง ศึกษาและพัฒนาแผงลอยเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์สำหรับร้านอาหารอีสานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารและแนวคิดทฤษฎีต่างๆตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แบ่งข้อมูลในส่วนของเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้เป็นลำดับขั้นตอน โดยแต่ละลำดับจะมีความสำคัญ ที่จะนำไปสู่กระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์สำหรับร้านอาหารอีสาน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีการศึกษาข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 2.1 การศึกษาข้อมูลด้านเอกลักษณ์ของชาวอีสาน
- 2.2 การศึกษาข้อมูลด้านวัฒนธรรมการรับประทานอาหารอีสาน
- 2.3 การศึกษาข้อมูลด้านรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- 2.4 การศึกษาข้อมูลด้านกฎหมายเทศบัญญัติ
- 2.5 การศึกษาด้านปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค
- 2.6 การศึกษาข้อมูลด้านหลักการสุขาภิบาลอาหาร
- 2.7 การศึกษาข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การศึกษาข้อมูลด้านเอกลักษณ์ของชาวอีสาน

2.1.1 ประวัติศาสตร์ชาวอีสาน

ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น เป็นดินแดนที่มีมนุษย์อาศัยอยู่มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ยุคอาณาจักรทวารวดี ยุคอาณาจักรขอม ยุคอาณาจักรล้านช้าง เรื่อยมาจนถึงสมัยประวัติศาสตร์และจวบจนปัจจุบันนี้ ประชากรของภาคอีสานมีหลายเชื้อชาติทำให้เกิดวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีทั้งชนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่เดิม โดยเฉพาะชนเชื้อสายลาวที่อพยพเข้ามาอยู่ตั้งแต่สมัยอยุธยาเป็นต้นมา โดยกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆเป็นจำนวนมาก ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้กำหนดการปกครองออกเป็นมณฑล โดยแบ่งกลุ่มชาวลาวออกเป็นกลุ่มๆได้แก่ กลุ่มลาวกลาง อยู่ในเขตจังหวัดอุดรธานี หนองคาย สกลนคร และนครพนม กลุ่มลาวพวน อยู่ในเขตจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ และสุรินทร์ กลุ่มลาวกา อยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีและศรีสะเกษ ประชากรส่วนใหญ่ในมณฑลนี้เป็นพวกลาว ข่า ส่วย เขมร และกวย

นอกจากประชากรเชื้อสายลาวดังกล่าวแล้ว ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังประกอบด้วยชนเชื้อสายต่างๆ อีกหลายเชื้อสาย ซึ่งกระจายกันอยู่ในจังหวัดต่างๆ เช่น ผู้ไทย อาศัยในเขตจังหวัดสกลนครและนครพนม ย้อ อาศัยอยู่ในบริเวณท่าอุเทน จังหวัดนครพนม กะโซ่ เป็นพวกข่า

ผิวดำ มีภาษาพูดเป็นของตนเอง อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสกลนคร และพวกเชื้อสายเขมร ซึ่งอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นในบริเวณจังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดศรีสะเกษ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน เป็นพื้นที่บริเวณกว้างใหญ่เป็นภูมิภาคที่มีเนื้อที่มากที่สุดของประเทศไทย ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นเนื้อที่ร้อยละ 33.17 หรือ 1 ใน 3 ของพื้นที่ประเทศไทยทั้งหมด จนสามารถแยกจากภูมิภาคอื่นๆของประเทศไทยตามลักษณะทางกายภาพ พื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นป่าและภูเขา มีที่ราบเล็กน้อย พื้นดินส่วนใหญ่เป็นดินปนทราย ภูมิอากาศค่อนข้างร้อนและแห้งแล้ง แต่มีแม่น้ำสำคัญหลายสายที่ไหลหล่อเลี้ยงผู้คนในภาคอีสาน ได้แก่ แม่น้ำชี แม่น้ำมูล แม่น้ำพอง แม่น้ำพอง และแม่น้ำโขงซึ่งกั้นเขตแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยทางทิศเหนือและทิศตะวันออกเฉียงเหนือมีแม่น้ำโขงกั้นพรมแดนกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและกัมพูชาประชาธิปไตย ทิศตะวันตกติดต่อกับภาคเหนือและภาคกลาง ซึ่งกั้นด้วยเทือกเขาเพชรบูรณ์ (ดงพญาเย็นหรือดงพญาไฟ) ทิศใต้ติดต่อกับภาคกลางและจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยมีเทือกเขาสันกำแพงและเทือกเขาพนมดงรักเป็นแนวกั้น มีจังหวัดทั้งสิ้น 20 จังหวัด ประกอบไปด้วย กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร สุรินทร์ ศรีสะเกษ หนองคาย หนองบัวลำภู อุดรธานี อุบลราชธานี อำนาจเจริญ และบึงกาฬ จังหวัดล่าสุดของประเทศไทย

ภูมิประเทศนั้นมีลักษณะเป็นแอ่งที่ราบขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บน “ที่ราบสูงโคราช(Khorat Plateau) ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวอย่างชัดเจน มีทิวเขาภูพานแบ่งภาคอีสานออกเป็น 2 ส่วนคือ “แอ่งสกลนคร” (SakonNakhon Basin) อยู่ทางตอนเหนือ และ “แอ่งโคราช” (Khorat Basin) อยู่ทางตอนใต้ บริเวณแอ่งสกลนคร หรือ “อีสานเหนือ” เป็นบริเวณที่ราบอยู่ระหว่างทางด้านเหนือของเทือกเขาภูพานกับแม่น้ำโขง ลำน้ำส่วนใหญ่ไหลจากเขตที่สูงของทิวเขาภูพานไปยังด้านทิศเหนือและด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือแล้วไหลลงสู่แม่น้ำโขง เช่น ลำน้ำโมง ลำน้ำห้วยหลง ลำน้ำก่า ลำน้ำพุง ลำน้ำเลย ลำน้ำเหือง ฯลฯ ลำน้ำสำคัญของแอ่งสกลนครคือ “ลำน้ำสงคราม” ส่วนบริเวณแอ่งโคราชหรือ “อีสานใต้” เป็นบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำมูลและแม่น้ำชี อยู่ทางทิศใต้ของเทือกเขาภูพาน มีพื้นที่ขนาดใหญ่ประมาณ 3 ใน 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด มีความสูงเฉลี่ยจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 120-170 เมตร ลำน้ำสำคัญของแอ่งโคราช คือ “ลำน้ำชี” และ “ลำน้ำมูล”

ภูมิอากาศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเป็นไปตามลักษณะภูมิประเทศ กล่าวคือ พื้นที่ราบสูงอยู่ห่างจากทะเลจะมีอุณหภูมิแตกต่างกันมากระหว่างฤดูร้อนและฤดูหนาว อิทธิพลของลมมรสุมทำให้เกิดฤดูหนาวระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีอุณหภูมิเฉลี่ย 13-20 องศาเซลเซียส บริเวณที่มีอากาศหนาวเย็นมากคือบริเวณจังหวัดเลย เป็นบริเวณที่มีอากาศหนาวเย็นที่สุดของประเทศ ในฤดูร้อนอากาศร้อนและแห้งแล้ง มีอุณหภูมิสูงสุดถึง 41.8 องศาเซลเซียส เนื่องจากเป็นบริเวณที่อยู่ห่างไกลและมีภูเขากั้นอยู่รอบด้าน ทำให้ลมทะเลเข้าไม่ถึง ทั้งยังเป็นบริเวณในเขตกำบังฝน มีฝนตกเฉลี่ยประมาณ 1,404 มิลลิเมตร ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณฝนปานกลางเช่นเดียวกับภาคกลางและภาคเหนือ จังหวัดที่อยู่ใกล้แม่น้ำโขงจะมีปริมาณน้ำฝนมากกว่าจังหวัดที่อยู่ลึกเข้ามาทางทิศตะวันตก ทั้งนี้เพราะฝนที่ตกในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดจาก

พายุหมุนเขตร้อนจากทะเลจีนใต้ด้านอ่าวตังเกี๋ยที่เคลื่อนตัวมาจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือผ่านประเทศ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและประเทศสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว เข้ามาสลายตัว เป็นดีเปรสชันในประเทศไทย ทำให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้รับฝนในฤดูฝน แม้ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือจะมีฝนตกไม่น้อยกว่าภาคกลางและภาคเหนือก็ตาม แต่พื้นดินส่วนใหญ่มีหิน ทรายรองรับอยู่ข้างล่าง ทำให้น้ำซึมผ่านได้ พื้นดินไม่เก็บน้ำ นอกจากนี้พื้นที่ป่าลดจำนวนลงมาก ทำ ให้พื้นดินขาดความชุ่มชื้น การเพาะปลูกจึงได้ผลผลิตต่ำ แม้ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมี หนองและบึงขนาดใหญ่ เช่น หนองหานสกลนคร และหนองหานกุมภวาปี เป็นแหล่งกักเก็บน้ำที่ สำคัญก็ตาม แต่ก็ไม่เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคและเกษตรกรรม นอกจากนี้ ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือยังมีปัญหาดินเค็ม ทำให้ไม่สามารถใช้พื้นที่เพื่อทำเกษตรกรรมให้ได้ผลดี จึงทำ ให้เกิดปัญหาความยากจนของประชากรติดต่อกันมาช้านาน ส่งผลให้ประชากรในภาคตะวันออกเฉียง เหนือจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาเป็นแรงงานในเมืองหลวง

2.1.2 วัฒนธรรมและประเพณีของชาวอีสาน

ความเป็นอยู่ของชาวไทยในภาคอีสานค่อนข้างเรียบง่าย อุปนิสัยซื่อตรง อ่อนโยน ไม่มีเล่ห์ เหลี่ยม มีความเป็นกันเอง เป็นมิตร อดทน และมีระบบสังคมเป็นแบบเครือญาติ จนได้สมญาว่า “ถิ่น ไทยดี” อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตลอดจน สำเนียงภาษาที่ใช้พูดของชาวไทยอีสานมีความคล้ายคลึงกับภาษาลาว ชื่อและสื่อเข้าใจได้ง่ายและ ลักษณะของผิวพรรณแล้วนับเป็นเอกลักษณ์เด่นอย่างหนึ่งของภาคอีสาน วัฒนธรรมประเพณีของภาค อีสานแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

ภาคอีสานตอนบน หรือกลุ่มวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ บริเวณพื้นที่เทือกเขาภูพาน ตอนบนไปจรดริมฝั่งแม่น้ำโขงหรือบริเวณแอ่งสกลนคร มีเทือกเขาเขาใหญ่ล้อมรอบทั้งแอ่งต่างๆ มากมาย ตามเส้นทางการเดินทางของแม่น้ำโขง มีประชากรจำนวนมากได้อพยพย้ายถิ่นฐานจากฝั่ง ซ้ายมาสู่ฝั่งขวาของแม่น้ำโขง ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัด กาฬสินธุ์ ขอนแก่น นครพนม มุกดาหาร ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร หนองคาย หนองบัวลำภู อ่างนาจเจริญ อุตรดิตถ์ และจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ชาวไทยอีสานซึ่งมีมากถึง 95% แล้ว ยังมีชาวผู้ไทยอีกด้วย (เป็นคนไทยที่อพยพมาจากแคว้น สิบสองจุไท หรือบริเวณเมืองแถน หรือ เตียนเปียนฟูของเวียดนามในปัจจุบัน ซึ่งแคว้นสิบสองจุไทนี้ เคยเป็นของไทยมาก่อน)

ภาคอีสานตอนล่าง อยู่ในบริเวณพื้นที่เทือกเขาภูพานตอนล่างหรือบริเวณแอ่งโคราช ลักษณะภูมิประเทศทั่วไปเป็นที่ราบสูงและแนวหินภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว เนื่องจากภาคอีสานตอนล่าง เคยเป็นเส้นทางการเดินทางของชนกลุ่มขอมโบราณ จึงมีโบราณสถานเก่าแก่ที่ได้รับอิทธิพลด้าน วัฒนธรรมจาก “หัวเมืองเขมรป่าดง” มาก กลุ่มชนในอีสานตอนล่างมีทั้งชาวเขมรสูง ชาวกูย (ส่วย) ชาวไทยโคราช ชาวกระโซ่ ชาวแสก ชาวภูลา และชาวไทยย้อ กลุ่มชนเหล่านี้อาศัยอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม ยโสธร ศรีสะเกษ และจังหวัดสุรินทร์

ความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้เกิด ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกันไป ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง

ที่หล่อหลอมให้เกิดการสร้างสรรคศิลป์หัตถกรรมหลากหลายรูปแบบที่มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกประการหนึ่งซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการผลิงานศิลปหัตถกรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มก็คือ ลักษณะภูมิประเทศและการตั้งถิ่นฐานของประชากรยังเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตงานศิลปหัตถกรรมด้วย การตั้งถิ่นฐานของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามบริเวณที่ลาดเชิงเขา กลุ่มที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในบริเวณที่ราบลุ่มของลำน้ำและแม่น้ำต่างๆ และกลุ่มที่ตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง

ประชากรที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามที่ราบสูงมักจะมีอาชีพทำไร่และหาของป่า ดังนั้น เครื่องมือเครื่องใช้ที่เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านของชนกลุ่มนี้จึงต่างไปจากประชากรที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึงและประชากรที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามริมแม่น้ำลำคลองและหนองบึงต่างๆ ที่มีอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ฉะนั้น เครื่องมือเครื่องใช้จึงมีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง เช่น เครื่องจักสานที่ใช้เป็นเครื่องจับปลาของกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ตามริมแม่น้ำโขง จะมีขนาดใหญ่และมั่นคงแข็งแรงกว่าเครื่องจักสานที่ใช้จับปลาและสัตว์น้ำของกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ตามริมห้วยและริมหนอง ซึ่งเป็นเครื่องจักสานขนาดเล็กและบอบบางกว่า เป็นต้น

นอกจากสภาพแวดล้อมในการตั้งถิ่นฐานจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดรูปแบบของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านแล้ว ชนบประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่เข้ามากำหนดรูปแบบของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้แตกต่างกัน เช่น หัตถกรรมการทอผ้าของกลุ่มชนเชื้อสายลาว กลุ่มชนเชื้อสายเขมร และกลุ่มชนเชื้อสายผู้ไทย จะมีรูปแบบที่ต่างกันไปตามแบบแผน ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษของแต่ละกลุ่ม จึงทำให้ผ้าทอพื้นบ้านของแต่ละกลุ่มชนมีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง ได้แก่ กลุ่มชนเชื้อสายลาวนิยมทอผ้าซิด ผ้ามัดหมี่ และชาวไทยเชื้อสายผู้ไทยนิยมทอผ้าตอก เป็นต้น

ชนบประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ และศาสนา เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่เข้ามาเป็นองค์ประกอบในการสร้างงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น หัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการสร้างงานหัตถกรรม และก่อให้เกิดงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจำนวนมาก ได้แก่ งานจิตรกรรมพื้นบ้าน (ตุ่น้ำแต้ม) สถาปัตยกรรมพื้นบ้าน (ตุลิม) การแกะสลัก (ดูพระไม้ ฮางสรง) และ เครื่องจักสาน (ดูกระย่อง) เป็นต้น

ปัจจัยต่างๆดังกล่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน มีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นของตนเองอย่างน่าสนใจ และควรแก่การศึกษาอย่างยิ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างงานประเพณีและการละเล่นต่างๆที่สำคัญของชาวอีสานไว้ดังนี้

2.1.2.1 ประเพณีและการละเล่นพื้นบ้านของภาคอีสาน

หมอลำ

มาจากคำว่า หมอ หมายถึง ผู้มีความชำนาญ และ ลำ หมายถึง การบรรยายเรื่องราวต่างๆ ด้วยทำนองอันไพเราะ หมอลำจึงหมายความว่า ผู้ที่มีความชำนาญในการบรรยายเรื่องราวต่างๆด้วย

ทำนองเพลง โดยมีการสอดเสียงแคนเข้าไปเพื่อเพิ่มความสนใจของผู้หญิง เวลาลำก็จะมีคนเป่าแคนคลอเสียงไปด้วย และต้องสร้างเวทีสำหรับลำ ในขั้นแรกนั้นคงจะเป็นลักษณะ หมอลำพื้น คือเล่าเรื่องตามพงศาวดาร ประวัติศาสตร์ นิยายปรัมปรา คือ เล่าเรื่องพื้นเพพื้นบ้านของตน หมอลำจะนำผ้าขาวม้าพาดเฉียงไหล่แล้วสมมตินามตามท้องเรื่อง ต่อมาจึงมีการพัฒนาจนเป็นที่นิยมกลายเป็นเพชรน้ำเอกของภาคอีสาน โอกาสที่จะมีการแสดงหมอลำ คือ งานทำบุญให้ทาน งานรื่นเริงในหมู่บ้าน และช่วงออกพรรษา นอกจากสร้างความบันเทิงแล้ว หมอลำยังมีการนำไปใช้รักษาคนไข้อีกด้วย เรียกว่า ลำผีฟ้าผีซง เป็นการขมาบรรพบุรุษที่เข้ามาสิงสถิตในคนไข้



ภาพที่ 2.1 การแสดงหมอลำ

ที่มา : www.esanguide.com

รำบายศรี

เป็นการรำเพื่อประกอบพิธีบายศรีสู่ขวัญ เพื่อให้เกิดความสวยงามสมเกียรติผู้มาเยือน ทำเพื่อความเป็นสิริมงคล รำบายศรีเริ่มจากการแห่พานบายศรี มาสู่พิธีพราหมณ์เริ่มสวดเรียกขวัญ จบแล้วจึงรำบายศรี เนื้อร้องประกอบการรำเป็นการบรรยายถึงความสวยงามของพานบายศรี และเป็นคำเรียกขวัญที่เรียบเรียงด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย เนื้อร้องทำรำมีความเป็นอีสาน แต่งกายด้วยชุดพื้นเมืองและการบรรเลงดนตรีอีสานประกอบ ความเชื่อในเรื่องขวัญนั้น การทำบายศรีสู่ขวัญทำได้ทั้งเหตุดีและเหตุไม่ดี เหตุดี ได้แก่ หายจากเจ็บป่วย การจากไปอยู่ที่อื่นแล้วกลับมา การไปค้าขายได้เงินทองมามาก เหล่านี้ก็ทำพิธีสู่ขวัญ เหตุไม่ดี ได้แก่ เจ็บไข้ได้ป่วย คนในครอบครัวเสียชีวิต ประสบอุบัติเหตุ ก็ทำพิธีสู่ขวัญ



ภาพที่ 2.2 การรำบายศรี

ที่มา : kruoh.wordpress.com

แข่งกระติบ

เป็นการรำของภาคอีสานในงานรื่นเริง ท่าของการรำแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ศิลปะการดำรงชีวิต เพราะลีลาท่าทางรำเลียนแบบการทำงานและท่าทางในชีวิตประจำวันอัน เกี่ยวข้องกับการกินการดำรงชีวิต สะท้อนถึงความสนุกสนาน แสดงออกถึงความรักศิลปะและดนตรี ความคล่องแคล่วอดทนทำงานเก่งของชาวอีสาน ท่ารำของแข่งกระติบที่มีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ ท่า เดิน ท่าล้างมือ ท่าเช็ดมือ ท่าปั้นข้าว เป็นต้น รวมถึงเครื่องแต่งกายชุดพื้นเมืองอีสาน คือ ผู้แข่งเป็น ผู้หญิงนุ่งซิ่นสีน้ประมาณเข้า เสื้อแขนกระบอก พาดสไบหรือผ้าเปียง และห้อยกระติบข้าวไว้ข้างตัว มี การบรรเลงดนตรีอีสาน ดนตรีที่ใช้ให้จังหวะส่วนใหญ่ คือ กลอง แคน ฉาบ ฉิ่ง เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 การแข่งกระติบ

ที่มา : ebook.nfe.go.th

พ็อนญไท

เป็นการพ็อนที่งดงามและเก่าแก่ ถือว่าเป็นนาฏศิลป์ที่โด่งดังของชาวญไท เนื่องจากชาวญไทอาศัยกระจุกกระจายหลายพื้นที่ในอีสาน จึงจำแนกประเภทของการพ็อนญไทตามพื้นที่ เช่น การพ็อนญไทของเขตจังหวัดสกลนคร การพ็อนญไทเขตเรณูนคร (รำไทญพาน รำญไทสามเฒ่า) การรำญไทของเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีลีลาการพ็อนที่แตกต่างกัน การพ็อนญไทจะพ็อนในงานมงคลและงานบุญ เช่น บุญมหาชาติ ในการทำบุญแต่ละครั้งหลังวันทำบุญจะมีการแห่ปัจจัยไปวัด การแห่ขบวนไปทำบุญและการแห่หลังทำบุญนี้เองที่ทำให้เกิดการพ็อนญไทขึ้น ผู้พ็อนแต่งกายชุดพื้นเมืองของชาวญไท คือ นิยมนุ่งห่มดำ สีเข้ม หรือสีคราม เป็นผ้าที่ทอด้วยฝ้ายพื้นเมือง แขนยาว เครื่องตกแต่งร่างกายอาจจะแตกต่างกันเล็กน้อยตามกลุ่มต่างๆของชาวญไท อาจเรียกได้ว่าการพ็อนญไทนี้ เป็นการพ็อนที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและการทำบุญ



ภาพที่ 2.4 การพ็อนญไท

ที่มา : <http://chitasamta.blogspot.com> (2557)

กะโนบติงต็อง

เป็นภาษาเขมร แปลว่า ตึกแต่นตำข้าว เป็นการละเล่นพื้นบ้านที่เลียนแบบลีลาท่าทางการเคลื่อนไหวของตึกแต่นตำข้าว มีจังหวะลีลาที่สนุกสนานเร้าใจ กะโนบติงต็อง เกิดขึ้นครั้งแรกในจังหวัดสุรินทร์ เมื่อราวห้าสิบกว่าปีก่อน ปัจจุบันนิยมเล่นทั่วไปทั้งในแถบอีสานใต้และจังหวัดใกล้เคียง เนื้อร้องเป็นภาษาเขมร ต่อมาได้เพิ่มเนื้อร้องภาษาไทยขึ้น เพื่อความเข้าใจของผู้ชมที่หลากหลาย ใช้แสดงในงานรื่นเริงและงานเทศกาลต่างๆ ผู้เล่นจะแต่งกายเลียนแบบตึกแต่นตำข้าวด้วยสีเขียวย่อมนำต้นเลียนแบบการกระโดดหรือการไหวตัวของตึกแต่น มีขั้นตอน คือ ท่าบโทไหว้ครู ท่าเชิดปากหลัง กินอาหาร ท่าปองตาดูเหยื่อ ท่าหยอกล้อหันหน้าเข้าหาคู่ ท่าสะกิด ท่าตี ท่าจิก และท่าหยอกล้อแล้วเดินเข้าหากันเป็นจบกระบวนท่ารำ



ภาพที่ 2.5 การแสดงกะโนบติงต๊อง

ที่มา : <http://puayza.konsurin.net>

หนังประโมทัยอีสาน

หนังตะลุงของภาคอีสาน มีชื่อเรียกต่างกันไปหลายชื่อ เช่น หนังปราโมทัย หนังประโมทัย หนังบักต้อ หรือหนังบักปองบักแก้ว ซึ่งสองชื่อหลังมาจากชื่อรูปตัวตลก การแสดงหนังประโมทัยเกิดจากการแผ่ขยายวัฒนธรรมหนังตะลุงของภาคใต้มายังภาคอีสาน โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงจนเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ นั่นคือการนำหมอลำกับหนังตะลุงมารวมกัน องค์ประกอบของการแสดงหนังประโมทัยที่สำคัญ คือ ผู้เชิด ตัวหนังโรง และจอหนัง บทพากย์ บทเจรจา ดนตรีประกอบ ตลอดจนแสงเสียงที่ใช้ในการแสดง นิยมแสดงเรื่องราวเกียรติ แต่ต่อมาได้มีการนำวรรณกรรมพื้นบ้านอีสานมาแสดงด้วย การแสดงหนังประโมทัยเรื่องวรรณคดีอีสานนั้นจะแสดงเหมือนหมอลำผสมหนังตะลุงคือ ตัวพระถึงแม้จะพากย์ และเจรจาด้วยภาษาไทยกลาง แต่ก็สามารถร้องหมอลำได้ด้วย ตัวนางเล่นแบบหมอลำ เจาจาด้วยภาษาอีสาน ตัวหนังสำหรับเชิดวาดด้วยความอิสระ ตัวละครสำคัญมีความประณีตตามลักษณะหนังตะลุงและหนังใหญ่ แต่สัดส่วนไม่พอมเพริยว ส่วนตัวตลกไม่วิจิตรบรรจงมากนัก สร้างความรู้สึกตลก สนุกสนาน และมีชีวิตชีวา ตัวหนังลงสีแดง สีดำ และสีเขียว การแสดงเน้นไปที่ความสนุกสนาน ตลก



ภาพที่ 2.6 การแสดงหนังประโมทัยอีสาน

ที่มา : <http://wasana3030.blogspot.com/2011/03/blog-post.html>

บุญฮีต 12

มาจากคำว่า ฮีต หรือ จาริต หมายถึง ความประพฤติที่ดี ธรรมเนียม ประเพณี ส่วน 12 หมายถึง จำนวนเดือน ดังนั้น ฮีตจึงหมายถึง ประเพณีที่ประชาชนในภาคอีสานปฏิบัติกันมาในโอกาสต่างๆทั้ง 12 เดือนในรอบปี ได้แก่ เดือนอ้าย-บุญเข้ากรรม เดือนยี่-บุญคุณลาน เดือนสาม-บุญข้าวจี เดือนสี่-บุญพระเวส เดือนห้า-บุญสงกรานต์ เดือนหก-บุญบั้งไฟ เดือนเจ็ด-บุญซำฮะ เดือนแปด-บุญเข้าพรรษา เดือนเก้า-บุญข้าวประดับดิน เดือนสิบ-บุญข้าวสาก เดือนสิบเอ็ด-บุญออกพรรษา เดือนสิบสอง-บุญกฐิน

ผูกเสี่ยว

เป็นประเพณีเก่าแก่และสำคัญของชาวอีสานโดยพ่อแม่จะนำลูกหลานที่รักกันมาผูกแขนเป็นเพื่อนกัน คำว่า เสี่ยว ในภาษาอีสาน มีความหมายว่า เพื่อนรัก เพื่อนตาย ประดุจมีชีวิตเดียวกัน จึงต้องมีความซื่อสัตย์ จริงใจต่อกัน มีความผูกพันกันด้านจิตใจอย่างจริงจังและเต็มใจ ไม่มีสิ่งใดจะมาพรากจากกันได้แม้แต่ความตาย ในพิธีผูกเสี่ยวจะมีผู้อาวุโสที่เป็นที่เคารพนับถือมาเป็นสักขีพยาน หลังผู้ทำพิธีกล่าวคำว่า สักเค ให้จงเกลอ(คู่ที่ผูกเสี่ยว) กล่าวคำสาบานโดยมีความหมายว่า เราทั้งสองมาสาบานต่อกันว่าจะซื่อสัตย์ต่อกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ถ้าใครคิดคดทรยศต่อกันขอให้คนนั้นต้องมีอันเป็นไป จากนั้นจะตักน้ำสาบานต่อหน้าผู้ใหญ่ ผู้อาวุโส ผู้ประกอบพิธีก็ผูกข้อมือให้แก่คู่จงเกลอก็เป็นอันเสร็จพิธี การผูกเสี่ยวเป็นประเพณีเก่าแก่และเป็นภูมิปัญญาที่ทำให้สังคมของชาวอีสานเข้มแข็ง เป็นสังคมที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างเสี่ยวหรือเพื่อนรักเพื่อนตาย และเครือญาติของทั้งสองฝ่าย



ภาพที่ 2.7 การผูกเสี่ยว

ที่มา : <http://www.snc.lib.su.ac.th>

ผีตาโขน

เป็นการละเล่นในงานบุญประเพณีใหญ่ที่เรียกว่า งานบุญหลวง หรือ บุญผะเหวด ซึ่งเกี่ยวโยงกับพระธาตุศรีสองรัก ปุชนิยมสถานสำคัญของชาวด่านซ้าย จัดเป็นงานบุญที่สำคัญเพราะอยู่ในฮีต 12 ตรงกับเดือน 7 แม้ว่าการจะมีการละเล่นผีตาโขนที่อื่นๆในอีสานบ้าง แต่ชบวนแห่ผีตาโขนจัดขึ้นที่บริเวณวัดโพธิ์ชัย และหน้าที่ว่าการอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย นั้นเป็นที่รู้จักกันมากที่สุด ว่าเป็นประเพณีที่ใกล้เคียงกับการบูชาบรรพบุรุษของอาณาจักรล้านช้าง อีกที่มาหนึ่งกล่าวกันว่า การแห่ผีตาโขนเกิดขึ้นเมื่อครั้งที่พระเวสสันดรและนางมัทรีเดินทางออกจากปากลับสู่เมือง บรรดาผีป่าหลายตน และสัตว์นานาชนิดอาลัยรัก จึงพากันแห่แหนแฝงตนมากับชาวบ้านเพื่อมาส่งทั้งสองพระองค์กลับเมือง เรียกกันว่า ผีตามคน หรือ ผีตาขน และกลายมาเป็น ผีตาโขน อย่างในปัจจุบัน เครื่องแต่งกายของผีตาโขนมีเอกลักษณ์ สีสดใส สะดุดตา มีการนำวัสดุท้องถิ่น อย่างหวดหนึ่งข้าวเหนียวมาตกแต่งเป็นหน้าตาผีและนำมาสวมหัว ลีลาท่าทางในการเต้นสนุกสนาน



ภาพที่ 2.8 การแสดงผีตาโขน

ที่มา : mekinnn.wordpress.com

ผีขนน้ำ

เป็นการละเล่นของชาวบ้านนาข้าว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งเป็นชาวไทยพวนอพยพมาจากฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง ชาวบ้านได้ร่วมกันอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีดังเช่นบรรพบุรุษเคยปฏิบัติมาเป็นประจำทุกปี จุดประสงค์ของการเล่นผีขนน้ำก็เพื่อบูชาไหว้ผีบรรพบุรุษ หรือ เลี้ยงบ้าน และรำลึกบุญคุณของวัวและควายที่มีต่อชาวบ้าน เพราะมีความเชื่อสืบทอดกันว่า ผีขน คือ วัวและควายที่ตายไปแล้ว แต่วิญญาณยังคงวนเวียนอยู่ตามห้วย หนอง คลอง บึง รอบหมู่บ้าน เมื่อชาวบ้านไปตักน้ำมาใช้ วิญญาณของสัตว์ทั้งสองจะตามกลับหมู่บ้านมาด้วย ซึ่งชาวบ้านจะพบชนสัตว์และได้ยินเสียงกระดิ่ง จึงพากันเรียกว่า ผีขนวัว ผีขนควาย สมัยก่อนจะเรียกว่า การละเล่นผีขน แต่ทุกครั้งที่การละเล่นผีขนจบลง ฝนมักจะตก ชาวบ้านจึงพากันเรียกว่า ผีขนน้ำ มาถึงปัจจุบัน เครื่องแต่งกายของผีขนน้ำมีเอกลักษณ์ สีสันทันสดใส สะดุดตา เป็นการละเล่นที่มีความสนุกสนาน



ภาพที่ 2.9 การแสดงผีขนน้ำ

ที่มา : www.kinng.com

ความเชื่อในการทำนา

การทำนาของชาวอีสานส่วนใหญ่เป็นการทำนาดำ พิธีกรรมเกี่ยวกับการทำนาดำมีมากมาย ซึ่งได้รับอิทธิพลจากศาสนาพราหมณ์ และการนับถือผีบ้านหรือเทพเจ้าในลัทธิถือผี ในรอบปีชาวอีสานจะมีพิธีกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับข้าวและการทำนาเกิดขึ้นทุกชั้นตอน เพื่อบวงสรวง บูชา อ้อนวอน เทพเจ้าเกี่ยวกับพืชพันธุ์และเทพเจ้าเกี่ยวกับดิน น้ำ ลม ไฟ ตลอดถึงเทพเจ้าธรรมชาติอื่นๆเพราะเชื่อว่าจะก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ สัญลักษณ์ในพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าวได้แก่ ตาแหลว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ บ่งบอกเขตหวงห้ามในพิธีความเชื่อ เช่น การสู่วัวข้าว การสืบชะตา การทำบุญบ้าน การทำบุญเมือง ปักบนหม้อยา ปักไว้ในที่ไม่ให้ผีผ่านเป็นต้น ตาแหลวทำจากไม้ไผ่สาน มีลักษณะการขัดสานจนเกิดรูปทรงเฉพาะ

การสู่วัว

การสู่วัว หรือ สูดขวน เป็นประเพณีอยู่ในทุกชั้นตอนของชีวิตชาวผู้ไท เช่น เมื่อเกิด เหตุการณ์ใดที่ทำให้คนในครอบครัวตื่นตกใจเสียขวัญก็จะทำพิธีสู่วัว รวมถึงเมื่อเด็กเกิดใหม่ มีการแต่งงานมีการบวช มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน หรือเมื่อมีอาคันตุกะมาเยือน หรือเมื่อมีสมาชิกในครอบครัวจะเดินทางไปต่างประเทศก็จะมีพิธีสู่วัวเช่นกันโดยจะมีหมอสูดท่องคาถา เรียกขวัญ กลับคืนมาหรือสร้างความเป็นสิริมงคลให้เกิดขึ้นกับขวัญเพื่อความเจริญรุ่งเรืองในชีวิตโดยมีการผูกเชือก ด้ายฝ้ายสีขาวที่ข้อมือผู้สู่วัวหรือผูกให้กันและกัน แสดงออกถึงสายใยแห่งความผูกพันและเอื้ออาทรต่อกันอย่างยิ่ง ในพิธีสู่วัวจะมีพานบายศรีทรงพุ่มเป็นชั้นๆทำจากใบตองและดอกไม้



ภาพที่ 2.10 การสู่วัว

ที่มา : ajarnwichien.wordpress.com

บั้งไฟพญานาค

เป็นปรากฏการณ์ประหลาดที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี ตรงกับคืนวันออกพรรษา หือ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 เท่านั้น ในวันดังกล่าวระหว่างเวลาประมาณ 19.00-22.00 น. จะมีลูกไฟกลมโต

ประมาณลูกไข่หรือผลส้มส้มสีแดงชมพู บ้างก็ว่าสีหมากสุกผุดขึ้นมาจากแม่น้ำโขง ลูกไฟแต่ละลูกจะลอยสูง 20-30 เมตรตำแหน่งที่ลูกไฟผุดขึ้นมานั้นจะเปลี่ยนที่ไปเรื่อยๆ ไม่สามารถระบุให้ชัดเจนได้ โดยจะพุ่งขึ้นเป็นเวลา 2-3 วินาที ก่อนที่จะดับหายไปโดยไม่มีเสียงใดๆ ไม่มีกลิ่น ไม่มีควัน เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นในแม่น้ำโขงบริเวณอำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย เป็นระยะทางยาวประมาณ 100 กิโลเมตร เป็นปรากฏการณ์ที่มีชื่อเสียงจนกลายเป็นมหรกรรมการท่องเที่ยวระดับสากล เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ยังหาคำอธิบายที่ชัดเจนไม่ได้และเป็นความเชื่อในวัฒนธรรมท้องถิ่นเกี่ยวกับพญานาค

พิธีกรรมเซียงซ้อง

เป็นการประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อของคนอีสานในเรื่องเสียงทลาย เป็นความเชื่อที่มองไม่เห็นด้วยตาเปล่า ใช้อุปกรณ์บางอย่างเป็นสัญลักษณ์แทนกิจกรรมคือการทำนายสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นภายในหมู่บ้าน ซึ่งมีความสำคัญยิ่งต่อชาวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พิธีกรรมเซียงซ้องเป็นที่ฟังและที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชาวอีสาน ทำให้ชาวบ้านตั้งอยู่ในความไม่ประมาท ซึ่งความเชื่อดังกล่าวที่มีต่อชุมชนนั้นเป็นการแสดงออกถึงความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของชุมชน เป็นการสร้างความหวังและกำลังใจในการประกอบอาชีพ

แห่นางแมว

การแห่นางแมว เป็นพิธีขอฝนตามความเชื่อของคนอีสาน ซึ่งยังคงยึดถือปฏิบัติกันในช่วงฤดูการทำนา ในบางพื้นที่พบว่าฝนทิ้งช่วงนาน จนกระทบกับการดำรงชีวิตของประชาชนและกระทบต่อภาคการเกษตร จึงทำให้ชาวบ้านไม่มีวิธีการอื่นใดที่จะช่วยได้ จึงพึ่งพาสิ่งเหนือธรรมชาติต่างๆ เพื่อให้มีน้ำใช้ในการดำรงชีวิตและทำเกษตรกรรม พิธีนี้ยังถือว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนในหมู่บ้านให้แน่นแฟ้นขึ้น เนื่องจากจะต้องมีการช่วยเหลือกันในการประกอบพิธีอีกด้วย และประเพณีนี้ก็ยังได้มีการกระทำสืบมาจนถึงปัจจุบัน เหตุผลที่ต้องเป็นแมวก็คือเพราะว่า มีคำบอกเล่าจากผู้เฒ่าผู้แก่ว่า แมวเป็นสัตว์ที่เกลียดฝนอย่างยิ่ง ถ้ามันเห็นฝนตกมันจะร้องทันที ดังนั้นจึงห้ามเพื่อให้มันร้องให้ฝนตก คนโบราณเชื่อว่าแมวเป็นสัตว์ที่มีความลึกลับศักดิ์สิทธิ์ สามารถเรียกฝนให้ตกลงมาได้อย่างแท้จริง แมวที่ถูกคัดเลือกจะเป็นแมวตัวเมีย พันธุ์สีสวาด ที่มีรูปร่างปราดเปรียวและสวยงาม จำนวน 1-3 ตัว สาเหตุที่ต้องเลือกแมวพันธุ์นี้เพราะว่า สีขนแมว เป็นสีเดียวกับเมฆฝน จึงจะช่วยทำให้ฝนตกได้ แต่บางแห่งก็ใช้แมวสีดำแทน ในขณะที่ทำการแห่ก็จะมีการร้องรำทำเพลงกันอย่างสนุกสนานอีกด้วย ตามความเชื่อฝนจะตกภายใน 3 วัน หรือ 7 วัน หลังจากพิธีแห่นางแมว



ภาพที่ 2.11 การแห่นางแมว

ที่มา : <http://www.posttoday.com>

2.1.3 อาชีพของชาวอีสาน

แม้ว่าจะเป็นที่ดินแดนที่แห้งแล้งที่สุดในประเทศไทย แต่ชาวอีสานก็ยังคงยึดอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยปลูกพืชพันธุ์ที่เจริญงอกงามได้ดีในภูมิประเทศที่กั้นดง เช่น ข้าวเหนียว ข้าวโพด ปอ มันสำปะหลัง เป็นต้น ซึ่งปลูกกันเป็นหย่อมๆตามไหล่เขาและที่ราบบางแห่ง ทั้งยังมีการทำปศุสัตว์อีกด้วย

นอกจากนี้มีการทอผ้าและงานหัตถกรรม เช่น ทอผ้าไหมลวดลายสวยงาม ทำเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ที่สำคัญคือมีการทำเกลือสินเธาว์ กล่าวกันว่าการทำเกลือในภาคอีสานมีมาตั้งแต่ก่อนยุคประวัติศาสตร์ ซึ่งในสมัยก่อนแถบนั้นเป็นสถานที่อุดมไปด้วยดินเค็มซึ่งเกิดจากการสร้างหินโคลนและเปลือกหอย ลักษณะพื้นที่เช่นนี้มีมากที่จังหวัดมหาสารคาม ส่วนการทำป่าไม้ก็เป็นอาชีพสำคัญอีกอย่างหนึ่งของชาวอีสาน โดยใช้สัตว์ใหญ่แข็งแรงอย่างช้างช่วยในการลากและจัดซุง เช่นที่จังหวัดสุรินทร์

2.1.4 ศิลปหัตถกรรมของชาวอีสาน

2.1.4.1 เครื่องจักสาน

บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวัตถุดิบที่นำมาทำเป็นเครื่องจักสานได้หลายชนิด เช่น หวาย ไม้ไผ่ กก ใบลาน วัตถุดิบเหล่านี้สามารถแปรรูปด้วยการเหลา ฝ่า จักเป็นเส้น ฯลฯ แล้วสานเป็นเครื่องจักสานให้มีรูปทรงเหมาะกับการใช้สอย สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นได้หลายประเภท เช่น ภาชนะเครื่องใช้ในครัวเรือน ได้แก่ ก่องข้าว กระติบ กะต่า ตะกร้า บุง เครื่องมือจับ ดัก และขังสัตว์ เช่น แงบดักกบ ไซ ลอบ ตะแกรง กรงนก จั่น เครื่องจักสานที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมและความเชื่อ เช่น ก่องข้าวขวัญ เถลว กระย่อง เครื่องจักสานพื้นบ้านเหล่านี้ ชาวบ้านจะทำใช้เองตามความนิยมที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ จึงทำให้เครื่องจักสานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรูปแบบแตกต่างไปจากเครื่องจักสานภาคอื่นๆ

นอกจากนี้ สภาพภูมิประเทศและการประกอบอาชีพก็เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ทำให้เครื่องจักสานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรูปแบบแตกต่างไปจากเครื่องจักสานของภาคอื่น เช่น เครื่องจับสัตว์น้ำในบริเวณแม่น้ำโขงจะมีขนาดใหญ่และแข็งแรงกว่าเครื่องจับสัตว์น้ำตามหนองบึงหรือแอ่งน้ำตื้นๆ

เครื่องจักสานที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ เครื่องจักสานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเหนียว เช่น ก่องข้าว กระจิบ มวย เครื่องจักสานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเหนียวเหล่านี้ มีรูปทรงและลวดลายที่มีรูปแบบเฉพาะถิ่นแตกต่างกันออกไป เช่น ก่องข้าวในบริเวณจังหวัดร้อยเอ็ด มหาสารคาม นิยมสานให้มีรูปร่างคล้ายโถ มีฝาเหมือนกรวยหรือฝาชี มีเชิงหรือตีน แต่กระจิบสำหรับใส่ข้าวเหนียวในบริเวณจังหวัดหนองคาย นครพนม อุดรธานี กลับนิยมสานเป็นทรงกระบอกคล้ายกระป๋อง มีฝา มีหูเช่นเดียวกัน รูปทรงที่แตกต่างของเครื่องจักสานสำหรับใส่ข้าวเหนียวดังกล่าว มาจากคตินิยมของแต่ละท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ

เครื่องจักสานพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีมากมายหลายประเภท อาจแบ่งได้ตามลักษณะการใช้สอยดังกล่าวแล้ว หรือแบ่งตามประเภทวัตถุดิบที่นำมาทำเครื่องจักสาน เช่น เครื่องจักสานไม้ไผ่ เป็นเครื่องจักสานที่ทำกันทั่วไป เพราะไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายและมีมากมายหลายชนิด เช่น ไม้สีสุก ไม้ป่า ไม้เลี้ยง ไม้ไร่ เป็นต้น ไม้ไผ่เหล่านี้มีคุณสมบัติเหมาะกับการนำมาทำเครื่องจักสานได้มากมายหลายชนิด เช่น สานเป็นก่องข้าว กระจิบ มวย กระจด กระจบุง กระจเข้า กะต่า ฯลฯ เครื่องจักสานไม้ไผ่เป็นเครื่องจักสานที่ทำกันแพร่หลายที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีทำกันในหลายท้องถิ่นแทบทุกจังหวัด

เครื่องจักสาน กก ใบลาน ใบตาล มีทั้งที่นำมาทำเป็นเครื่องจักสานโดยตรง และใช้ประกอบกับวัตถุดิบชนิดอื่น เช่น ประกอบกับไม้ไผ่ หวาย บางชนิดอาจจะนำมาทอแทนการสาน เช่น นำกกมาทอเป็นเสื่อผืน เสื่อพื้นบ้านของชาวบ้านในจังหวัดมหาสารคาม ทอกันมากที่ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม วัตถุดิบเหล่านี้มักนำมาสานเป็นหมวก งอบ เป็นต้น

เครื่องจักสานพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นหัตถกรรมที่ทำกันกว้างขวางในหลายท้องถิ่นแทบทุกจังหวัด และทุกวันนี้ก็ยังเป็นงานหัตถกรรมที่จำเป็นในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน โดยเฉพาะเครื่องจักสานไม้ไผ่นั้น เป็นเครื่องจักสานที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวอีสานอย่างมาก จึงยังมีทำกันอย่างแพร่หลายทั้งที่สานเพื่อใช้สอยในครัวเรือนและสานจำหน่ายเป็นอาชีพรองเพื่อเพิ่มรายได้ให้ครอบครัว เครื่องจักสานจึงเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่สำคัญอย่างหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดของเครื่องจักสานชนิดต่างๆไว้พอสังเขปดังนี้

กระชัง

เครื่องชังปลา ทำด้วยไม้ไผ่เหลาเป็นซี่กลมๆ ถักด้วยหมายเป็นรูปรีคล้ายลูกฟักหรือคล้ายตะโพก ก้นและฝาทำด้วยไม้ซี่กลมๆเช่นเดียวกัน หรือใช้แผ่นไม้กลมทำเป็นช่องปิดและเปิดได้ มีเชือกทำเป็นหูสำหรับแขวน ใช้ชังปลาตามริมแม่น้ำลำคลอง หรือชังปลาขณะจับปลา ซึ่งกระชังนี้จะมีควมยาวโดยทั่วไปประมาณ 30 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.12 กระชัง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 1)

กระเช้า

ภาชนะประเภทตะกร้าขนาดเล็ก สานด้วยไม้ไผ่ มีเชือกเป็นสายสำหรับแขวนหรือหิ้ว ใช้ใส่สิ่งของต่างๆ เช่น ผลไม้ หรือใช้เป็นเชียนหมาก ใส่หมาก พลุ ยาสูบ หิ้วติดตัวเดินทาง หรือเป็นเชียนหมากประจำบ้าน เรียก กระเช้าหมาก ถ้าใช้ใส่เครื่องทอผ้า เช่น หลอดด้าย หลอดไหม หรือใส่อุปกรณ์ทอผ้าอื่นๆ เรียกกระเช้าหลอดซึ่งกระเช้านี้จะมีความสูงโดยประมาณ 15 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.13 กระเช้า

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 2)

กระติบ

ภาชนะสำหรับใส่ข้าวเหนียวหนึ่งและสิ่งต่างๆ สานด้วยไม้ไผ่ ทรงกระบอก มีฝา มีหูหิ้ว มักเรียกชื่อตามการใช้สอย เช่น ใช้ใส่ข้าวเหนียวหนึ่ง เรียกว่า กระติบเช้า มักสาน 2 ชั้น เพื่อให้เก็บความชื้นได้ดี ทำให้ข้าวเหนียวนิ่มและอ่อนอยู่นาน ไม่แฉะ เพราะไอน้ำจากข้าวหนึ่งระเหยออกไปตามลาย

สานอย่างซ้ำๆ ไม่กลายเป็นหยดน้ำทำให้ข้าวเหนียวในกระติบและ กระติบข้าวหรือกระติบเช่า ด้านนอกมักสานเป็นลวดลาย เช่น ลายขัด ลายสอง ลายหน่วย และลายรูปสัตว์ ฯลฯ

กระติบที่ใช้ใส่หมากพลู เรียก กระติบหมาก ถ้าใช้ใส่อุปกรณ์ทอผ้า เช่น ฝ้าย หลอด ด้าย หลอดไหม เรียกกระติบหลอด ซึ่งกระติบนี้จะมีขนาดที่หลากหลายตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่



ภาพที่ 2.14 กระติบ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 3)

กระย่อง

เครื่องสานชนิดหนึ่ง สานด้วยไม้ไผ่ ตอนบนทึบ ตอนล่างห่าง ตรงกลางคอด สำหรับวางเครื่องบูชาเช่นเดียวกับพาน ใช้ใส่ดอกไม้เพื่อบูชาพระรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือยกครูเรียนมนต์เรียนพระธรรม บางทีเรียก ชันกระย่อง ซึ่งจะมีความสูงโดยประมาณ 25-30 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.15 กระย่อง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 4)

ก่องข้าว

ภาชนะสำหรับใส่ข้าวเหนียวหนึ่ง สานด้วยไม้ไผ่ รูปร่างคล้ายโถ มีฝาปิด มีตีน มักสานซ้อนกัน 2 ชั้น ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ ฐานหรือตีน ทำด้วยไม้เบญจพรรณ ไขว้กันเป็นรูปกากบาท ผูกติดกับกัน ตัวก่องมักสานซ้อนกัน 2 ชั้น เพื่อให้เก็บความร้อนของข้าวเหนียวหนึ่งได้ดีและมีความสวยงามด้วย โดยชั้นนอกจะสานละเอียดเป็นลวดลายต่างๆ ฝา มีรูปร่างคล้ายฝาชีใช้ก้านตาลทำเป็นขอบมีหู 2 ข้าง สำหรับร้อยเชือกไว้แขวนหรือสะพาย

ก่องข้าวนิยมใช้กันทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเรียกต่างกันตามการใช้สอย เช่น ใช้ใส่ข้าวเหนียวหนึ่ง เรียก ก่องเข้า ก่องข้าวขนาดใหญ่เรียก ก่องเข้าโป้ ก่องข้าวสำหรับใส่ข้าวเหนียวหนึ่งในพิธีเอาข้าวเปลือกขึ้นยุ้งเรียก ก่องเข้าขวัญ



ภาพที่ 2.16 ก่องข้าว

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 5)

กะต๋่า

ภาชนะประเภทตะกร้า ใช้ใส่สิ่งของต่างๆมีหลายแบบ มักสานด้วยไม้ไผ่และหวาย ดัดแปลงจากกะต๋่างวงแบบโบราณ มีลักษณะปากกลมก้นสอบ กะต๋่าที่มีหูสำหรับก๊วทำด้วยไม้ไผ่โค้งเป็นครึ่งวงกลมเหนือปาก เรียก กะต๋่าฮวงหรือกะต๋่างวง แต่ถ้าใช้เชือกร้อยเป็นหูหิ้ว เรียก กะต๋่าสาย กะต๋่าเป็นภาชนะที่ใช้กันแพร่หลายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีชื่อเรียกต่างๆกันไปตามลักษณะและสิ่งของที่ใส่เช่น ถ้าสานเป็นตาห่างๆใช้ผูกคอกเกวียนเพื่อบรรทุกสิ่งของ เรียก กะต๋่าตาแหก ใช้ใส่ฝ้ายไหมหลอด เรียก กะต๋่าหลอด ใช้ใส่หมากพลูเรียก กะต๋่าหมาก



ภาพที่ 2.17 กะต๋่า

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 6)

ข้อง

เครื่องจักสานสำหรับใส่ปลา สานด้วยไม้ไผ่ โดยทั่วไปมี 2 ชนิด คือ ข้องพาย และข้องลอย
ข้องพายใช้สะพายเมื่อออกไปทอดแหหาปลาหรือจับปลาตามแหล่งน้ำต่างๆมักสานทึบ รูปร่างคล้าย
ไห คอคอด มีฝาเป็นฝาปิด มีเชือกเป็นหูสะพาย ภาคกลางเรียก ตะข้องยี่น หรือ ตะข้องทรงหม้อดิน

ข้องลอยสานด้วยไม้ไผ่เช่นเดียวกัน รูปร่างคล้ายเบ็ด มีท่อนทำด้วยไม้ไผ่หรือไม้ไสน ใช้ใส่ปลา
ลอยไว้ในน้ำ ขณะหาปลาอยู่ในบริเวณน้ำเป็นเวลานานๆ ภาคกลางเรียก ตะข้องเบ็ด ข้องอีเบ็ด หรือ
ตะข้องลอย

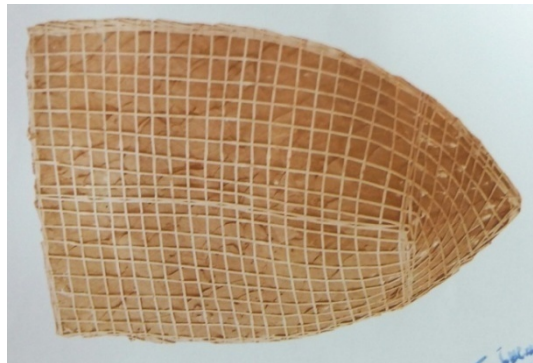


ภาพที่ 2.18 ข้อง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 9)

งอบแมงดา

เครื่องสวมศีรษะประเภทงอบ สานด้วยตอกไม้ไผ่ 2 ชั้น รูปร่างคล้ายแมงดา ระหว่างโครงไม้ไผ่กรุด้วยใบไม้ เช่น ใบตองตึง งอบชนิดนี้มักมีขนาดใหญ่ ยาวประมาณ 2 ศอก เมื่อสวมจะป้องกันแดดและฝนได้ทั้งศีรษะและหลัง งอบชนิดนี้ไม่มีริ้งงอบ แต่จะต้องสวมให้ศีรษะอยู่ตรงส่วนที่เป็นกระพุ้ง แล้วใช้มือจับขอบของงอบทั้ง 2 ข้างกันไม่ให้งอบหลุดไปตามแรงลม งอบชนิดนี้คล้ายกับ จากลาหรือสีเทรง ของภาคใต้ที่ทำด้วยใบจากหรือใบสีเทรง มักใช้คลุมศีรษะในลักษณะบังแดด กันฝนมากกว่าที่จะสวมให้กระชับกับศีรษะอย่างหมวกหรืองอบ งอบแมงดาจะมีขนาดความยาวโดยประมาณ 80 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.19 งอบแมงดา

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 19)

จ้อ

ภาชนะสำหรับเลี้ยงไหม สานด้วยไม้ไผ่ คล้ายกระด้ง แต่มีขนาดใหญ่กว่ามาก มักสานตาห่างๆมีไส้สานด้วยตอกขดเป็นวงเรียงกันไปเป็นชั้นๆ จากขอบเข้าไปหาศูนย์กลาง การเลี้ยงไหมชาวบ้านจะเลือกหนอนไหมที่เรียกว่า ไหมสุก ตัวออกสีเหลืองออกจากกระด้งมาเลี้ยงไว้ในจ้อ เพื่อให้ตัวไหมชักใยเป็นรังหุ้มตัวไหมได้เต็มที่ ก่อนที่จะนำไหมแก่ที่มีรังหุ้มตัวเต็มที่แล้วไปต้ม เพื่อสาวเอาเส้นใยไหมไปทอผ้าต่อไป จ้อบางที่อาจเรียกว่า กระจ้อ หรือ จ้อ



ภาพที่ 2.20 จ้อ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 21)

จั่น

เครื่องดักสัตว์ชนิดหนึ่ง มักใช้ดักปลา มีสายใย มีกระดานลั่นปิดปาก วางไว้ตามห้วย หนอง น้ำ หรือบึง เมื่อปลาเข้าไปถูกใยข้างใน กระดานจะลั่นปิดปากไว้ไม่ให้ปลาออกมาได้ จั่นในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือทำด้วยไม้จริง ต่างกับจั่นในภาคกลางทำด้วยไม้ไผ่ แต่กลไกต่างๆคล้ายคลึงกัน จั่นบางที่ใช้ดักสัตว์บกด้วย โดยใช้เหยื่อล่อไว้ภายใน



ภาพที่ 2.21 จั่น

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 22)

ไซ

เครื่องจักสานสำหรับดักปลา มีความสูงโดยประมาณ 90 เซนติเมตร สานด้วยไม้ไผ่และหวาย มีรูปร่างต่างๆกัน แต่ส่วนใหญ่จะมี งาม เป็นเครื่องกักปลาให้ติดอยู่ในไซ ออกไปไม่ได้ รูปแบบ และขนาดของไซจะแตกต่างกันไปตามสภาพท้องถิ่นและแหล่งน้ำที่นำไซไปดัก โดยทั่วไปการดักไซจะไม่ใช้เหยื่อล่อ แต่มักดักให้หน้าไซสวนทางน้ำไหล เพื่อให้ปลาวายเข้าไปติดในไซ



ภาพที่ 2.22 ไซ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 29)

ตั้ง

ภาชนะจักสานด้วยไม้ไผ่ มีหลายขนาด รูปร่างแบน ขอบกลม ใช้ฝัดสิ่งที่ไม่ต้องการออกจาก เมล็ดพืชต่างๆ เช่น เมล็ดข้าวเปลือก เมล็ดถั่ว เมล็ดงา ฯลฯ หรือใช้ตากเมล็ดพืช ตั้งหรือกระตั้งมี ขนาดแตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งาน

ชาวอีสานมักเรียกชื่อกระตั้งตามการใช้งาน เช่น กระตั้งที่ใช้ฝัดข้าว เรียก ตั้งฝัดข้าว กระตั้ง สำหรับใช้เลี้ยงไหม เรียก ตั้งม่อน กระตั้งใส่อาหารมีขา เรียก พาเข้า กระตั้งสำหรับเด็กนอนหลัง คลอดใหม่ๆ เรียก กะเปียน เจียนทอง หรือ เจียมทอง



ภาพที่ 2.23 ตั้ง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2542 : 30)

ตุ้ม

เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่มีหลายขนาด ใช้สำหรับดักปลาและสัตว์ สานด้วยไม้ไผ่ มีรูปร่าง คล้ายตะข้อง มีงาแขงอยู่ข้างใน ตุ้มมีหลายชนิดและมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามประเภทของปลาหรือ สัตว์ที่ต้องการดัก เช่น ตุ้มเล็กๆ สานตาห่างๆ ใช้ดักกบ เรียก ตุ้มกบ ชนิดที่สานถี่ๆ ใช้ดักปลาเล็กๆ เช่น ปลาชิว ปลาขาวนา เรียก ตุ้มลาน ชนิดใหญ่และยาวใช้ดักปลาตุก ปลาท่อ ปลาเซ็ง เรียก ตุ้มใหญ่ ชนิดที่ใช้รองรับปลาที่กั้นลี้ เรียก ตุ้มต่งปลา ตุ้มก่องปลา ตุ้มอีกชนิดหนึ่ง สานด้วยไม้ไผ่ รูปร่างกลม สำหรับขังนกเขาหรือต่อนกเขา เรียก ตุ้มขังนก



ภาพที่ 2.24 ตุ่ม

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 33)

พา

ภาชนะสำหรับวางถ้วยชามจัดเป็นสำรับกับข้าว รูปร่างคล้ายถาด รูปกลมหรือรี สานด้วยไม้ไผ่และหวาย เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 40 เซนติเมตร มีขาเป็นซี่ๆ พาอาจจะทำด้วยไม้กลึงหรือสานด้วยไม้ไผ่ มักมีเชิงหรือตีนรับขาให้มั่นคงอีกชั้นหนึ่งลักษณะคล้ายโตกของภาคเหนือ ชาวอีสานเรียกภาชนะชนิดนี้ว่า พาสำหรับหรือพาเข้า และเรียกพาสำหรับใส่อาหารมี้อต่างๆ แตกต่างกันไป เช่น พาสำหรับใส่อาหารเช้า เรียก พาเช้าง่าย พาสำหรับอาหารกลางวัน เรียก พาเช้าสวย พาสำหรับอาหารเย็น เรียก พาเช้าแลง



ภาพที่ 2.25 พา

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 52)

มวย

มวยภาชนะจักสานด้วยไม้ไผ่ มีขนาดหลายขนาด ใช้สำหรับนั่งข้าวเหนียว ปากกลม ก้นสอบ และตัน สูงประมาณ 2 คืบ มักสานซ้อนกัน 2 ชั้น ใช้สวมบนปากหม้อสำหรับนั่งข้าวเหนียว เช่นเดียวกับหวด รูปแบบของมวยจะแตกต่างกันไปตามความนิยมของแต่ละท้องถิ่น



ภาพที่ 2.26 มวย

ที่มา : chm.forest.go.th

อูบ

หีบหรือกล่องสำหรับใส่เสื้อผ้า อาจทำด้วยไม้เป็นกล่องสี่เหลี่ยม หรือสานด้วยหวายหรือไม้ไผ่ มีลักษณะเป็นกล่อง มีฝาปิดมิดชิด เพื่อป้องกันแมลงไม่ให้เข้าไปกินเสื้อผ้า ขนาดของอูบมีทั้งขนาดใหญ่และเล็กไปตามการใช้สอย อูบจึงเป็นเสมือนตู้เสื้อผ้าของชาวอีสานสมัยโบราณ ก่อนที่จะมีตู้เสื้อผ้าใช้เช่นปัจจุบัน



ภาพที่ 2.27 อูบ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 68)

ชะลอม

เครื่องจักสานชนิดหนึ่ง สานด้วยไม้ไผ่ มีหลายขนาด ปากกลม ก้นทกเหลี่ยม สานด้วยตอก บางๆเป็นเฉลวหรือตาแข่งต่างๆ เหลือตอกที่ปากไว้โดยไม้สาน เพื่อรวบมัดกันสิ่งของที่ใส่ไว้ภายในตก หล่น และใช้เป็นที่หิ้วด้วย ชะลอมมักใช้ใส่ผลไม้ต่างๆและมักใช้ใบไม้ เช่น ใบตองกรุภายในก่อนใส่ ผลไม้เพื่อไม่ให้ผลไม้ถูกกระทบกระแทก มีรอยชำ ชะลอมเป็นภาชนะจักสานที่ใช้กันทั่วไปทุกภาค ชาวอีสานบางที่เรียก กะลอม



ภาพที่ 2.28 ชะลอม

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 26)

2.1.4.2 เครื่องปั้นดินเผา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแหล่งอารยธรรมสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคนี้สามารถทำเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ (Earthenware) มา นานหลายพันปี ดังปรากฏ เครื่องปั้นดินเผาในแหล่งอารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์หลายแห่ง เช่น แหล่งอารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี แหล่งอารยธรรม ก่อนประวัติศาสตร์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา เครื่องปั้นดินเผาเหล่านี้ส่วนใหญ่ทำขึ้นด้วย วิธีการง่ายๆที่เรียกว่า การตีหม้อ โดยใช้หินคูดและไม้ตีดินเหนียวให้ได้รูปทรงตามต้องการ แล้วตากให้ แห้ง จากนั้นนำไปเผาไฟจนดินสุก อาจจะเผาด้วยฟืน ฟาง บนลานโล่ง อย่างที่เรียกว่า เผาตาด หรือ เผาในเตาเผาที่ทำขึ้นอย่างง่ายๆ โดยใช้ไฟที่อุณหภูมิไม่สูงนัก เครื่องปั้นดินเผาชนิดนี้จึงมีเนื้อไม่แกร่ง น้ำซึมได้ เครื่องปั้นดินเผาไม่เคลือบนี้มักทำเป็นหม้อสำหรับใช้ในพิธีกรรม โดยฝังรวมไว้กับศพ กรรมวิธีการทำเครื่องปั้นดินเผาดังกล่าวเป็นวิธีเรียบง่ายที่ทำกันมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ แม้ ทุกวันนี้ชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลายท้องถิ่นก็ยังคงทำเครื่องปั้นดินเผาด้วยวิธีการที่ไม่

ต่างกันมากนัก เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านคำอ้อ ตำบลคำอ้อ อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี และที่บ้านหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นต้น

เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนมากปั้นเป็นหม้อน้ำสำหรับใส่น้ำดื่มประจำบ้านเช่นเดียวกับภาคเหนือ แต่รูปแบบจะแตกต่างกัน นอกจากหม้อน้ำแล้ว ก็ปั้นเป็นหม้อข้าว หม้อแกงและสิ่งอื่นๆบ้าง ได้แก่ กาน้ำ คนโท และกระถางต้นไม้ เป็นต้น

แหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาเนื้อแกร่งที่มีชื่อเสียงมาช้านานอีกแห่งหนึ่งคือ บ้านด่านเกวียน ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา แต่เดิมนั้น ชาวบ้านจะปั้นไหปากกว้างหรือโอ่งน้ำเป็นส่วนใหญ่ เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน มีเนื้อแกร่งกว่าเครื่องปั้นดินเผาไม่เคลือบในท้องถิ่น จึงใส่น้ำได้ดี โดยน้ำไม่ซึมเหมือนหม้อน้ำในท้องถิ่นอื่น

ปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนได้รับการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัย มีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทกระถางต้นไม้ แจกัน เครื่องประดับและอื่นๆเป็นจำนวนมาก จนเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดของเครื่องปั้นดินเผาชนิดต่างๆไว้พอสังเขปดังนี้

ไห

ภาชนะดินเผาสำหรับใส่อสิ่งต่างๆมีรูปร่างและชื่อเรียกต่างกันไปตามการใช้สอยและสิ่งทีนำมาใส่ เช่น ไหแค เป็นไหสำหรับใส่เหล้าโท ไหปลาแดก เป็นไหสำหรับใส่ปลาร้าหรือปลาแดก มักเป็นไหเคลือบที่กันความชื้นได้ รูปร่างป้อมๆปากแคบ ก้นสอบ ไหไฟ เป็นไหสำหรับใส่น้ำอ้อยบเกลือ เก็บไว้กินประจำบ้าน มักเป็นไหปากกว้าง ไหปากกว้าง เป็นไหสำหรับใส่น้ำดื่มหรือน้ำใช้อย่างโอ่งในภาคกลาง แต่มีขนาดเล็กกว่า ปากกว้าง ไหล่บองออกเล็กน้อย ไหชนิดนี้แต่เดิมทำที่บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา เพราะเป็นแหล่งที่ดินดี เมื่อเผาแล้วจะได้ไหเนื้อแกร่ง น้ำไม่ซึม จึงใช้ใส่น้ำได้ดี



ภาพที่ 2.29 ไห

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 67)

เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง

บ้านเชียงเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งค้นพบว่าเคยเป็นที่อยู่อาศัยและที่ฝังศพของคนก่อนประวัติศาสตร์ยุคโลหะเมื่อราว 5,000 กว่าปีมาแล้ว มีความเจริญก้าวหน้าทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยีสูงมาแต่โบราณ ชาวบ้านเชียงโบราณเป็นชุมชนยุคโลหะที่รู้จักทำเกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ นิยมทำเครื่องมือเครื่องใช้ และเครื่องประดับจากสำริดในระยะแรก และรู้จักใช้เหล็กในระยะต่อมา แต่ก็ยังคงใช้สำริดควบคู่กันไป ชาวบ้านเชียงรู้จักทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นภาชนะสีเทา ทำเป็นลายขูดขีด ลายเชือกทาบ และขัดมัน รู้จักทำภาชนะดินเผาหลายเขียนสี รูปทรงและลวดลายต่างๆมากมาย ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของบ้านเชียงคือลายก้นหอยบนเครื่องปั้นดินเผา



ภาพที่ 2.30 เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 16)

เครื่องปั้นดินเผาดินด่านเกวียน

ด่านเกวียน เป็นหมู่บ้านหนึ่งของ ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย ห่างจากตัวเมืองนครราชสีมาทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 15 กิโลเมตร โดยมีทางหลวงหมายเลข 224 สายนครราชสีมาโชคชัยผ่านกลางหมู่บ้านซึ่งมีร้านค้าเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน เรียงรายอยู่สองฟากฝั่ง และมีลำน้ำมูลทอดขนานอยู่ทางฝั่งทิศตะวันออกเฉียงใต้หมู่บ้าน ด่านเกวียนนั้นแต่เดิมพ่อค้าจากนางรอง -

บริรัมย์ - สุรินทร์ - ขุนหาญ - ขุขันธ์ เรื่อยไปจนถึงเขมรจะเดินทางเข้ามาติดต่อกับพ่อค้าชาวโคราชและมักจะพักกองคาราวานเกวียนกันเป็นประจำจนได้ชื่อ หมู่บ้านว่า " บ้านด่านเกวียน " และในขณะที่พัก พ่อค้าเหล่านั้นก็มักนำดินจากสองฟากฝั่งลำน้ำมูล มาทำภาชนะใช้สอยต่างๆ เช่น โอ่ง อ่าง ไหปลา ร้า ฯลฯ โดยลอกเลียนแบบจากชนชาวข่าซึ่งเป็นกลุ่มชนที่อาศัยในพื้นที่แต่เก่าก่อน หลังจากนั้นเมื่อนำภาชนะเหล่านั้นกลับภูมิลำเนาของตน และด้วยคุณภาพพิเศษ ของภาชนะทั้งในด้านสีสันความคงทนต่อการใช้งาน จึงทำให้ภาชนะด้านเกวียนเป็นที่นิยมชมชอบของผู้คนจนได้รับการเผยแพร่ มากขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งได้รับความสนใจ จนกลายเป็นสินค้าหนึ่งในการค้าขายกันในยุคอดีตจวบจนปัจจุบัน ลักษณะเฉพาะของเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนนั้นอยู่ที่ดินที่นำมาใช้ กล่าวคือ ดินด่านเกวียนเป็นดินเหนียวเนื้อละเอียดที่ขุดขึ้นมาจากริมฝั่งแม่น้ำมูล (ซึ่งห่างออกไปจากทางหลวง 224 ทางทิศตะวันออกประมาณ 2 - 3 กิโลเมตร) ในพื้นที่ที่ชาวบ้านเรียกว่า กุด หรือแม่น้ำด้วน (ลักษณะลำน้ำที่คดเคี้ยว กัดเซาะตะลิ่งจนขาดและเกิดลำน้ำด้วนขึ้น ส่วนที่เป็นแนวกัดเซาะจะกลายเป็นแหล่งทับถมดิน ดินดังกล่าวนี้เป็นดินซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษ ง่ายต่อการขึ้นรูปทอานต่อการเผา ไม่บิดเบี้ยวหรือแตกหักง่าย และที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือดินนี้เมื่อถูกเผาจะให้สีโดยธรรมชาติเป็นสีแดงซึ่งสันนิษฐานว่าน่าจะเกิดจากธาตุเหล็ก (Iron Oxide) หรือสนิมเหล็กที่มีอยู่จำนวนมากในเนื้อดิน

2.1.4.3 เครื่องแต่งกายพื้นบ้านของภาคอีสาน

จากการศึกษาทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีทำให้ทราบว่ามีการทอผ้าใช้ในภาคอีสาน ตั้งแต่ช่วงต้นของยุคโลหะหรือประมาณ 6,000 ปีมาแล้ว การทอผ้าถือเป็นวิถีชีวิตของหญิงชาวอีสานที่ทอไว้ใช้ในครัวเรือนมาตั้งแต่อดีต โดยถือว่าเป็นงานจำเป็นของผู้หญิงอีสานที่ต้องเรียนรู้และปฏิบัติให้ชำนาญ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวันและใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา และเป็นเครื่องบ่งบอกว่าผู้หญิงคนนั้นมีความเหมาะสม มีคุณสมบัติพร้อมที่จะสามารถออกรับเลี้ยงดู

วัฒนธรรมการทอผ้าของชาวอีสานได้รับอิทธิพลมาจากการอพยพเคลื่อนย้ายของกลุ่มคนจากหลายพื้นที่เข้ามาอาศัยอยู่ในภูมิภาคอีสานปัจจุบัน แต่ละกลุ่มคนจะมีลักษณะลวดลายกรรมวิธีการทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยในอีสานเหนือเป็นแหล่งทอผ้าฝ้าย ได้แก่ ผ้าขิดอีสานกลางเป็นแหล่งทอผ้าไหม ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าหางกระรอก เป็นต้น ทางตะวันออกที่เป็นกลุ่มชาวผู้ไททอผ้าไหมแพรวาที่ทอด้วยเทคนิคจกและขิด อีสานใต้ทอผ้าไหมมัดหมี่เส้นพุ่งตามแบบเขมร เป็นต้น

การทอผ้าพื้นเมืองเป็นกิจกรรมหนึ่ง ที่แม่บ้านชาวอีสานทอผ้าในเวลาว่างจากการทำนา ทอไว้ใช้ในครอบครัว ทอไว้ถวายพระในงานบุญงานกุศล ทอไว้ขายให้กับผู้ที่สนใจต้องการจะซื้อ การทอผ้าเป็นหน้าที่ของแม่บ้านที่จะต้องถ่ายทอดให้แก่ลูกหลานสืบต่อกันมา

ภาคอีสานเป็นภาคที่มีชื่อเสียงในเรื่องการทอผ้าพื้นเมืองมาก เป็นผ้าที่ทอด้วย ฝ้าย - ไหม ภายหลังมีการนำเส้นใยสังเคราะห์ ที่เรียกกันว่า ไหมโทเร เข้ามาใช้ในบางท้องถิ่น นอกจากผ้ามัดหมี่แล้ว ยังมีการทอผ้าขิด ผ้าแพรวา และผ้าพื้นๆทั่วไปอีกมากมาย

ปัจจุบันผ้าทอกลายเป็นหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของอีสาน ที่ถูกผลิตเพื่อการค้าเป็นอาชีพเสริมจากการทำนา ถึงแม้รูปแบบผ้าจะถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการใช้งานและตลาดผู้บริโภคใน

ปัจจุบัน แต่ก็ยังคงมีรากเหง้ามาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ก่อให้เกิดความแตกต่างกันของรูปแบบและวิธีการผลิตผ้าในแต่ละท้องถิ่น

การแต่งกายประจำภาคอีสานนั้น สตรีไทยอีสานจะนุ่งผ้าชิ้นสั้นแค้เข้า สวมเสื้อแขนกระบอก ห่มสไบ เกล้ามวยและทัดดอกไม้ ส่วนชายนุ่งกางเกงหรือโสร่ง สวมเสื้อ คาดผ้าขาวม้า เครื่องประดับส่วนใหญ่ทำด้วยเงินและทอง ในสมัยโบราณ งานทอผ้าถือเป็นกิจกรรมยามว่างจากงานประจำอื่นๆ นอกจากจะใช้ผ้าทอเป็นเครื่องนุ่งห่มแล้ว ยังใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หมอน ผ้าห่ม ผ้าขาวม้า ทอเป็นเครื่องถวายพระ ผ้าห่อคัมภีร์ และผ้ากราบ ผ้าที่มีลวดลายประณีตสวยงามขึ้นชื่อของภาคอีสาน คือ ผ้าลายขิด ผ้ามัดหมี่ และ ผ้าแพรวา นอกจากเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของผ้าพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือดังกล่าวแล้ว ชาวอีสานยังเรียกชื่อผ้าต่างไปจากภาคอื่นด้วย เช่น ผ้าม่าน เรียก ผ่ากั้น ผ้าขาวม้า เรียก ผ่าด้าม ผ่าเซ็ดหน้า เรียก ผ่าแพรมน ผ่าแพรเจ ผ่าสไบ เรียก ผ่าเปียง ผ่าชีรีว เรียก ผ่าฮ้าย เป็นต้น

ผ้าลายขิด

เกิดจากการใช้ด้ายพุ่งพุ่งพิเศษเพื่อใส่สีและลวดลายต่างจากสีพื้น โดยใช้ไม้ค้ำสำหรับทอลายขิดเรียกว่า เขาเก็บขิด มีหน้าที่ยกด้ายเส้นยืนให้สลับกันเป็นลวดลาย โดยลวดลายขิดมีลักษณะเหมือนกันตลอดหน้าผ้า ผ้าขิดมีความสัมพันธ์กับความเชื่อ ประเพณีท้องถิ่น จากลวดลายประกอบกับกรรมวิธีการผลิตมีวิธีการที่ซับซ้อน ใช้ความพยายามและความอดทนในการทอให้เป็นผืนผ้า จึงถือว่าผ้าขิดเป็นของสูง ไม่นิยมใช้ผ้าขิดเป็นผ้านุ่งที่ต่ำกว่าเอว ปัจจุบันผ้าขิดได้รับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ตลาดการขายหมอนขิดกว้างขึ้นจึงมีการผลิตมากขึ้น



ภาพที่ 2.31 ผ้าลายขิด

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้ายกทอง

เกิดจากการรวบกลุ่มนักร้องแบบ โดยการนำของอาจารย์วิระธรรม ตระกูลเงินไทย ซึ่งนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายไทยและลายชั้นสูงแบบราชสำนักโบราณเมื่อครั้งศึกษาที่วิทยาลัยอาชีวศึกษา วิทยาเขตเพาะช่างมาประยุกต์เข้ากับภูมิปัญญาการทอผ้าแบบพื้นเมือง รวบรวมชาวบ้านทำสาวมาทอผ้ายามว่างจากการทำไร่ทำนา เป็นผ้าที่นำลวดลายไทยและลายชั้นสูง

แบบราชสำนักโบราณประยุกต์ รวมเข้ากับการทอผ้าแบบพื้นเมืองตามภูมิปัญญาชาวบ้าน ความโดดเด่นของผ้าเกิดจากการเลือกเส้นไหมที่เล็กและเบาบางนำมาผ่านกรรมวิธี การฟอก การต้ม แล้วย้อมสีธรรมชาติด้วยแม่สีหลัก 3 สี ประกอบด้วย สีแดงครั่ง สีเหลืองจากแก่นแกแล สีครามจากเมล็ดคราม สอดแทรกด้วยการยกดอกด้วยไหมทอง ลวดลายที่ทอจะเป็นลายที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม และความเชื่อทางศาสนา ลายเรขาคณิต ลายแบบราชสำนักไทยโบราณ

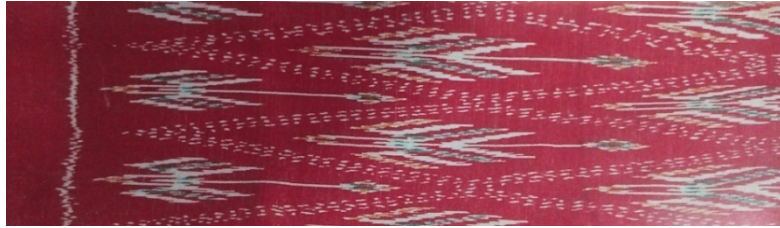


ภาพที่ 2.32 ผ้ายกทอง

ที่มา : <http://www.jpdpd.co.th>

ผ้าไหม

ภาคอีสานเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของประเทศมาช้านานแล้วซึ่งปัจจุบันก็ยังมีการทอผ้าไหมแบบวิธีดั้งเดิมคือการทอด้วยมือให้เห็นกันอยู่ เส้นใยไหมได้จากรังไหม ซึ่งมีเลี้ยงกันมากในภาคอีสาน ชาวบ้านเริ่มต้นจากการปลูกต้นหม่อนสำหรับเป็นอาหารของตัวไหม ต้นหม่อนขึ้นได้ดีในดินเกือบทุกชนิด จึงไม่เป็นปัญหาสำหรับการปลูกในภาคอีสาน ไม่ว่าจะเป็ดินดีหรือดินค่อนข้างเลวก็ตาม ต้นหม่อนต้องการความชุ่มชื้นเล็กน้อยในระยะตั้งตัว แต่เมื่อโตเต็มที่จะทนความแห้งแล้งได้ดีพอสมควร สำหรับการเลี้ยงไหม ตัวไหมเป็นแมลงชนิดหนึ่ง การเลี้ยงตัวไหมและปลูกหม่อนสามารถทำได้ทุกบ้าน ชาวบ้านจะเอาใบหม่อนที่หั่นเป็นฝอยๆไปให้ตัวไหมกิน เมื่อแก่ตัวเข้าจะชักใยหุ้มตัวของมันเอง และตัวไหมจะอาศัยอยู่ภายในนั้น ชาวบ้านจะเก็บเอารังไหมมาสาวเพื่อจะเอาเส้นไหมต่อจากนั้นจึงนำเส้นไหมมาฟอกด้วยด่าง ฟอกเพื่อเอาไขมันออกจากเส้นไหมไปในตัว แล้วจึงนำมาทอเพื่อทำให้เส้นใยไหมติดต่อกันเป็นเส้นเดียวกันตลอด จากนั้นก็นำมาย้อมสีตามที่ต้องการ นำไปทอเป็นผืนผ้าตามต้องการ เส้นใยไหมที่ดีมีคุณสมบัติคือ ลื่น มัน ยืดหยุ่นได้ดี



ภาพที่ 2.33 ผ้าไหม

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าย้อมคราม

ครามเป็นวัสดุย้อมสีเส้นใยผ้าทั้งฝ้ายและไหมที่ได้จากต้นครามธรรมชาติเป็นสีที่ไม่ละลายน้ำนำมาเปลี่ยนคุณสมบัติให้เป็นสีที่ละลายน้ำได้ตามกรรมวิธีโบราณโดยไม่ใช้สารเคมีแล้วทำการย้อมเย็นโดยการจุ่มลงในหม้อครามแล้วผ่านออกซิเจนเปลี่ยนคุณสมบัติกลับคืนเป็นสีที่ไม่ละลายน้ำ จุ่มลงย้อมหลายๆครั้งจนกว่าจะได้โทนสีเข้มตามความต้องการ นิยมใช้ย้อมฝ้ายและทอด้วยเทคนิคการมัดหมี่และขิด ลวดลายเป็นพื้นผ้าแสดงถึงวิถีชีวิตและประเพณีวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.34 ผ้าย้อมคราม

ที่มา : <http://contonindigo.webiz.co.th>

ผ้าสามตะกอ

ผ้าสามตะกอเป็นผ้าพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น มีลักษณะพิเศษของผ้าพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น มีความหนาแน่นของเนื้อผ้า ผ้าทั้งสองด้านจะมีที่แตกต่างกันด้านหลังสีจะทึบกว่าด้านหน้า ซึ่งเป็นคุณสมบัติของท้องถิ่นที่ไม่สามารถถลอกเลียนแบบได้



ภาพที่ 2.35 ผ้าสามตะกอ

ที่มา : <http://www.surinthaisilk.com>

ผ้ามัดหมี่

ผ้ามัดหมี่เป็นการสร้างลวดลายโดยวิธีการย้อมสี โดยออกแบบลวดลายก่อนย้อมสีด้วยเส้นฟุ้ง เตรียมลายกรอบไม้หน้ากว้างเท่ากับหน้ากว้างผ้า ออกแบบโดยใช้เชือกมัดส่วนที่ไม่ต้องการสีไว้ แล้วนำมาย้อมสีก่อนนำมาทอ ลายผ้าของชาวผู้ไทมักกำเป็นลายหยักแหลมหรือเป็นลายคมๆเหมือนฟันปลา เรียกตามภาษาท้องถิ่นว่า หมี่กาบ ได้แก่ ลายกาบหลวง ลายตุ้ม ลายตุ้มมะจิบ ลายนาค และลายปราสาท เป็นต้น การมัดหมี่เกิดจากการสืบทอดจากบรรพบุรุษ เรียนรู้จากการมัดหมี่ภายในครอบครัวจนกลายเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ผสมผสานลวดลายจนสวยงามในระดับหนึ่ง ความงดงามของผ้ามัดหมี่เป็นความงามที่เกิดจากลวดลายเป็นส่วนใหญ่ เทคนิคการทอผ้าเป็นส่วนเสริมโดยเฉพาะผ้า 3 ตะกอ จะมีลวดลายที่เกิดจากการมัดหมี่ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ลวดลายอีกส่วนจะปรากฏบนผืนผ้า ลวดลายเหล่านี้สุดแล้วแต่ช่างทอจะใช้ลวดลายอะไรในการทอแบบ 3 ตะกอ การมัดหมี่ต้องมีแรงบันดาลใจ มีทักษะในการดูแลแบบ ประสบการณ์ที่เกิดจากสั่งสมจากการสืบทอดของบรรพบุรุษ ประยุกต์กับธรรมชาติรอบข้าง นำมาผสมผสานกับความคิดที่เกิดจากแรงบันดาลใจ อาจจะมีมัดตามแบบอย่างที่สั่งสมกันมา เป็นการอนุรักษ์ของเดิมเก็บรักษาแม่แบบเอาไว้



ภาพที่ 2.36 ผ้ามัดหมี่

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าแส่ว

ผ้าแม่ลายที่ได้รวบรวมเอาไว้ในชั้นเดียวกัน เพื่อเป็นต้นแบบสำหรับจักผ้าแพรวา



ภาพที่ 2.37 ผ้าแส่ว

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าแพรวา

ผ้าสไบผืนยาวขนาด 1 วา เอาไว้ห่มไปทำบุญที่วัด หรือคลุมไหล่ในช่วงหน้าหนาว หรือจะใช้ โปกหัว หรือผ้าพันคอ ตามโอกาส ผ้าแพรวาทอด้วยมือมีมาตั้งแต่โบราณ โดยฝีมือของชาวภูไท ปลุก

หม่อนเลี้ยงไหมเอง ผ้าแพรวาใช้เส้นไหมสีต่างๆ สีดั้งเดิมไม่เกิน 5 สี ได้แก่ สีเขียวสด สีเหลืองทอง สีน้ำเงิน สีขาว จะทอเป็นพื้นสีแดงย้อมคลั่งธรรมชาติ ลวดลายก้นกลางระหว่างดอกเรียกว่า ลายคั่น จะสลักดอกตามขวางไปเรื่อยๆจนเกือบถึงเชิงผ้าพื้นที่อยู่ปลายผ้า การทอแพรวา มีการนำลวดลายดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ซึ่งเป็นลายเดียวกับลายแม่แบบของผ้าซิด แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

ลายที่ได้จากรูปทรงของสัตว์	เช่น	ลายนาคเกี้ยว
ลายที่ได้จากรูปทรงของพืชพรรณไม้	เช่น	ลายดอกสร้อย
ลายจำลองจากสิ่งประดิษฐ์เครื่องใช้	เช่น	ลายปราสาท
ลายเบ็ดเตล็ด	เช่น	ลายจนมเปียกปูน ลายซิดตา

ลวดลายบนผ้าแพรวาได้รับการถ่ายทอดสืบทอดกันมา จึงทำให้เอกลักษณ์ในลวดลายยังคงงดงามอยู่ไม่แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา การคิดลวดลายขึ้นมานั้นผู้คิดจะลองทำในผ้าฝ้ายสีขาวก่อน จัดทำไว้เป็นแม่ลายตามต้นแบบรวบรวมทุกลายไว้ในผ้าฝ้ายน้อย เรียกว่า ผ้าแส่ว



ภาพที่ 2.38 ผ้าแพรวา

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าซิ่นตีนแดง

ผ้าซิ่นตีนแดง หรือที่เรียกกันว่า หมี่รวด เป็นการคิดค้นของบรรพบุรุษชาวอำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นมรดกตกทอดของชาวอำเภอพุทไธสง จะเป็นผ้าที่ย้อมสีแดงในส่วนของหัวซิ่นและตีนซิ่น ตัวซิ่นจะเป็นสีดำลวดลายมัดหมี่ที่มีสีแดง สีเหลือง สีน้ำตาล มีสีเขียวปนบ้างเล็กน้อย ลวดลายที่ใช้ในการทอตัวซิ่นจะเป็น ลายพันเลื้อย ลายนาค ลายขอแบบต่างๆ นิยมทอเป็นไหมลับ (เส้นไหมจากเปลือกนอกของรังไหม) เพราะมีเส้นขนาดใหญ่ทอเสร็จเร็ว เห็นลวดลายชัดเจน ลักษณะพิเศษของผ้าหัวซิ่นตีนแดงจะมีการจกสีไหมเหมือนผ้าแพรวาเพิ่มเติมตรงส่วนของตีนซิ่นสีแดงนิยมใช้ลายตีนเก็บบดาว ผ้าซิ่นตีนแดง เป็นผ้าที่มีความงาม แสดงถึงฝีมือของช่างทอได้เป็นอย่างดี แต่ที่ไม่ได้รับ

ความนิยมในการทอออกมา ก็เพราะว่าเป็นผ้าที่ใช้เทคนิคที่ยุ่งยากในการทอ จึงไม่นิยมทอกันมากนัก เป็นผ้าชิ้นที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น

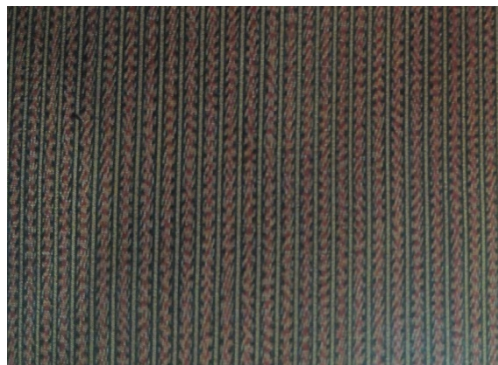


ภาพที่ 2.39 ผ้าซิ่นตีนแดง

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าโฮล

ผ้ามัดหมี่โฮล ถือเป็นแม่ลายหลักของชาวสุรินทร์ มัดหมี่เพียงหนึ่งลายแต่สามารถทอได้หลายแบบ ยังสามารถแบ่งแยกตามลักษณะของการทอผ้าโฮลได้ถึง 4 แบบด้วยกัน ได้แก่ ผ้าโฮลเปาะโฮลเกียรติ โฮลปะนะ โฮลแสร์ย

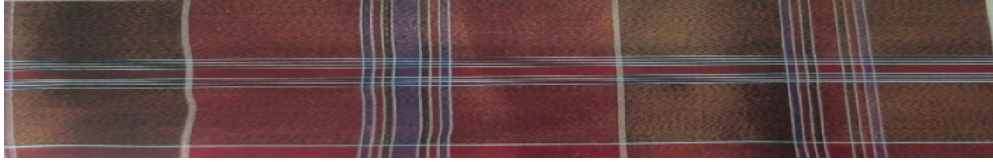


ภาพที่ 2.40 ผ้าโฮล

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าสร่งเปราะห์

มีลักษณะเป็นตาราง มีไหมควบทอเป็นขอบเล็กๆ มีการจัดเส้นไหมวางองค์ประกอบแห่งสี่

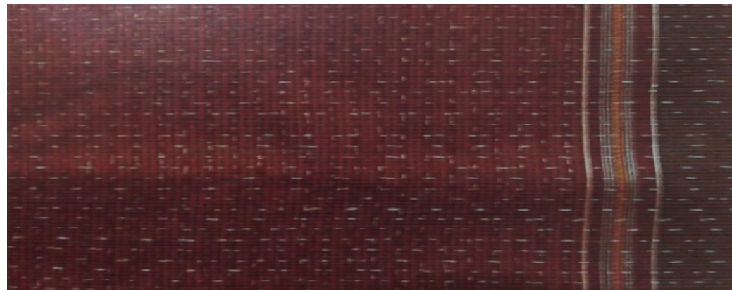


ภาพที่ 2.41 ผ้าโสร่งเปราะ

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

ผ้าอ้อมปรม

ผ้าอ้อมปรม หรือที่เรียกกันว่า ผ้าจองกรา เป็นการทอที่ทั้งเส้นยืนและเส้นพุ่ง เวลาทอต้องระวังให้มากๆ เพราะไม่อย่างนั้นลวดลายจะไม่อยู่ในตำแหน่งที่ต้องการ การทอผ้าแบบนี้มีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย เป็นเทคนิคที่อาศัยสีแดงครั้ง (สีกรา) เมื่อนำมาทอเป็นผ้าอ้อมปรมจะเกิดการเหลื่อมเป็นมันวาวเพราะใช้เส้นไหมน้อยมาทอผ้าอ้อมปรม การทอผ้าชนิดนี้จะพบได้ทุกหมู่บ้านเพราะทุกคนจะทอเอาไว้ใช้เป็นส่วนตัวของตนเอง เพื่อนำมานุ่งไปวัดหรือในงานพิธีสำคัญ



ภาพที่ 2.42 ผ้าอ้อมปรม

ที่มา : ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน.มหาวิทยาลัยศิลปากร (2543)

2.1.4.4 เครื่องมือเครื่องใช้อื่นๆของชาวอีสาน

ขันหมาก

ภาชนะสำหรับใส่เครื่องกินหมาก ทำด้วยไม้ รูปร่างคล้ายพาน เป็นสี่เหลี่ยมซ้อนกัน 2 ชั้น ตรงกลางบางท้องถิ่นทำเป็นแอกคอดด้วยไม้ชิ้นเล็กๆ ชาวบ้านเรียก กระดุงู ชั้นบนมีลักษณะเป็นกระบะ แบ่งเป็นช่องๆสำหรับใส่หมาก พลุ และเครื่องเขียนต่างๆ เช่น เต้าปูนหรือกระบอกปูน แก่นคูน เปลือกสีเสียด กระบะนี้บางที่ทำปากผาย มีขนาดใหญ่กว่าส่วนที่เป็นฐาน ขันหมากชนิดนี้ด้านนอกมักแกะเป็นลวดลาย โดยทาร์กน้ำเกลี้ยงให้ผิวไม้เป็นสีดำ แล้วแกะเป็นลวดลายเรขาคณิตอย่างลายขีด เช่น ลายข้าวหลามตัด ลายประแจจีน ลายดอกจิก ลายฟันปลา จากนั้นฉลุลายเพื่อให้ลายเด่นชัด โดยใช้ปูนขาวผสมยางไม้ฉลุลายไปในลายที่แกะเป็นร่องไว้ สีของปูนขาวจะติดกับรักสีดำทำให้เกิดลวดลายสวยงาม การตกแต่งด้านนอกของขันหมากนี้ บางทีระบายสีเป็นสีต่างๆหรือทาร์กเขียน

บนลายทองก็มี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานะของผู้ใช้และมีมือช่างแต่ละถิ่นด้วย ชั้นหมากหรือเขียนหมากภาคตะวันออกเฉียงเหนือบางที่เรียก ชั้นสลา



ภาพที่ 2.43 ชั้นหมาก

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 10)

เกวียน

พาหนะชนิดหนึ่ง มี 2 ล้อ เติมด้วยควายหรือวัว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมใช้เกวียน เติมด้วยวัว 2 ตัว หัวเกวียนมักแกะสลักเป็นลวดลายสวยงาม บางเล่มใช้เป็นเกวียนเดินอย่างรถ จึงมี ประทุนสานด้วยไม้ไผ่ยัดด้วยขนผสมน้ำมันยาง แล้วทาน้ำมันยางทับอีกครั้ง กันแดดกันฝน เกวียนใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรูปร่างต่างกันไปตามความนิยมของแต่ละท้องถิ่น และเรียกต่างกันไปด้วย เช่น เจียน เกียน กะทะเกวียนที่ไม่มีประทุนเรียก ระแคะ



ภาพที่ 2.44 เกวียน

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 7)

ขอ

เครื่องทำเสียงสัญญาณ ทำด้วยไม้ มีหลายชนิด คล้ายกระดิ่งภาคกลาง มักทำด้วยไม้แก่น หรือไม้เนื้อแข็ง รูปทรงกระบอก ขุดข้างในให้เป็นโพรง มีหูแขวน มีหลายขนาด ขนาดใหญ่มักแขวนไว้ที่วัดหรือตามบ้านผู้นำหมู่บ้าน เพื่อใช้ตีเป็นสัญญาณเมื่อจะมีการประชุมหรือเหตุการณ์ผิดปกติ เรียกชื่อต่างกันไป เช่น ขอ เขาะ เกราะ กอลอขอลอ แต่ที่มีขนาดเล็กใช้แขวนคอควาย เรียก ขอแขวนควาย



ภาพที่ 2.45 ขอ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 8)

ซิก

เครื่องแขวนคอควายชนิดหนึ่ง ทำด้วยไม้ เจาะรูด้านข้าง 2 รู มีลูกห้อยข้างนอก 2 ลูก เป็นเครื่องตีให้เกิดเสียงดัง เมื่อควายเดินจะทำให้ซิกสั่น ลูกซิกจะกระทบตัวซิกทำให้เกิดเสียงดัง ซึ่งชาวบ้านว่าเสียงดังซิกๆ จึงเรียกว่า ซิก หรือ หมากซิก



ภาพที่ 2.46 ซิก

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 11)

ฉมวก

เครื่องแทงปลาทำด้วยเหล็กปลายแหลม มี 3 แฉก มีเงียง ด้ามยาวทำด้วยไม้ไผ่ ใช้แทงปลาขนาดใหญ่ในบริเวณน้ำตื้นที่พอจะมองเห็นตัวปลาได้ หรือสังเกตจากการสั่นไหวของต้นข้าวขณะที่ปลาแหวกว่าย โดยพุ่งฉมวกไปยังตำแหน่งที่คาดว่าปลากำลังว่ายอยู่ หรือบางทีใช้ฉมวกแทงสุมไปตามบริเวณที่คาดว่าปลาอาศัยอยู่ ชาวอีสานเรียกฉมวกที่ทำด้วยเหล็กว่า เหล็กฉมวก



ภาพที่ 2.47 ฉมวก

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 23)

ชวย

กรวยใบตองหรือกระดาษที่ทำให้ปากกว้าง ก้นสอบแหลม สำหรับใส่เครื่องสักการะ เช่น ดอกไม้ ธูป เทียน บูชาหรือสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ชาวอีสานเรียกสิ่งที่มีรูปร่างเป็นกรวย ว่า ชวย เช่น ชวยสำหรับสวมนิ้วช่างฟ้อน เป็นต้น



ภาพที่ 2.48 ชวย

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 27)

ตลับ

กล่องเล็กๆ สำหรับใส่สิ่งของ ทำด้วยไม้ เงิน งาช้าง เป็นต้น อาจใช้ไม้หรืองาช้างกลึงเป็นรูปกลมคล้ายลูกจัน มีฝา หรือทำด้วยเงินดุนเป็นลวดลายต่างๆ ตลับมักใช้ใส่สิ่งของเล็กๆ ได้แก่ เครื่องหอม ขี้ผึ้งสีปาก เป็นต้น



ภาพที่ 2.49 ตลับ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 31)

ต้ว

ซึ่งไม้ไผ่เล็กๆยาวโดยประมาณ 25 เซนติเมตร เขียนเลขกำกับไว้ที่ปลาย จำนวนต้วและต้วเลขบนต้วจะเท่ากับสลาก ต้วจะใส่ไว้ในกระบอกไม้ไผ่ วางไว้หน้าเทวรูปหรือรูปเคารพ เมื่อผู้คนที่ต้องการเสี่ยงโชคหรือเสี่ยงทายชะตาราศีก็จะสั่นต้วให้ต้วตกจากกระบอกไม้ไผ่ ดูเลขที่ต้วซึ่งตกลงมาแล้วไปเลือกสลากหรือใบเขียนซีให้ตรงกัน ก็จะรู้ผลของโชคชะตาที่ปรากฏในสลากนั้น



ภาพที่ 2.50 ต้ว

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 32)

ไน

เครื่องปั่นฝ้ายให้เป็นเส้นด้าย ทำด้วยไม้ไผ่และไม้จริง มีกงทำด้วยไม้ไผ่เป็นซี่ๆมีเชือกขึงระหว่างกงสำหรับพันด้าย มีที่หมุนสำหรับหมุนกงล้อ และมีเหล็กเป็นแกนสำหรับเสียบหลอดด้าย ขณะหมุนด้ายเข้าหลอด บางที่เรียกไน ว่า หลา



ภาพที่ 2.51 ไน

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 42)

บวย

ภาชนะสำหรับตักน้ำ ทำด้วยกะลามะพร้าว (กะโป้หมากพร้าว) มีด้ามทำด้วยไม้ ใช้ตักน้ำดื่มหรือน้ำใช้จากหม้อน้ำหรือภาชนะขนาดใหญ่ เช่น โอ่งน้ำ ตุ่มน้ำ เป็นต้น

บวยหรือกระบวย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่จะทำง่ายๆ ไม่สลักด้ามเป็นลวดลายอย่างกระบวยในภาคเหนือ



ภาพที่ 2.52 บวย

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 43)

โปงไม้

เครื่องตีให้เกิดเสียง ทำด้วยไม้ มี 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขนาดเล็กทำด้วยไม้จริงหรือไม้ไผ่ คล้ายกระดิ่งหรือขอ มีลูกกระทบแขวนอยู่ข้างในหรือห้อยกระหนาบอยู่ข้างนอก 2 อัน โปงชนิดนี้ใช้แขวนคอวัวหรือคอควาย เช่นเดียวกับกระดิ่งหรือขอ

ส่วนโปงขนาดใหญ่ทำด้วยไม้จริง ใช้ท่อนไม้ยาวประมาณ 3-4 ศอก ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 ศอก ขุดให้กลวง ด้านหนึ่งเจาะรู (รูแพ) ทั้งสองข้าง อีกด้านหนึ่งเจาะเป็นหู 2 ข้าง สำหรับสอดไม้แขวน มักมีเสารับ 2 ต้น โปงชนิดนี้แขวนไว้ตามวัดเพื่อให้พระสงฆ์ตีเป็นสัญญาณตอน

เข้าก่อนที่จะออกไปบิณฑบาตเรียกว่า ถังโปงเข้า ปัจจุบันวัดต่างๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีโปงไม้ประจำวัดอยู่ทั่วไป



ภาพที่ 2.53 โปงไม้

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 47)

พะเนียงปิ่น

เครื่องใส่ดินปิ่นและกระสุนปิ่นทำด้วยเขาควาย โดยอุดโคนเขาให้ตัน ตัดปลายเขาออกให้เหลือรูขนาดปลายนิ้วก้อย เหลาไม้ขนาดพอดีกับรูเป็นจุก บากปลายให้เล็กโดยรอบ เพื่อให้ฝาซึ่งทำด้วยกระบอกไม้ไผ่ขนาดประมาณหัวแม่มือสวมปิดได้พอดี ฝาไม้ไผ่นี้นอกจากจะเป็นฝาแล้วยังใช้เป็นเครื่องตวงดินปิ่นด้วย ที่โคนและปลายเขามักทำเป็นหูสำหรับร้อยเชือกคาดเอว โดยปลายเชือกทำเป็นห่วงไว้ ปลายอีกด้านหนึ่งผูกกับไม้เล็กๆเพื่อสอดเข้ากับห่วงแล้วขัดกันพอดีอย่างเข็มขัด ทำให้พะเนียงห้อยติดอยู่กับเอวโดยไม่ต้องถือ นอกจากพะเนียงแล้ว ชาวบ้านมักใช้หวายถักเป็นที่ใส่กระสุนปิ่นและขุยมะพร้าวเพื่อใช้เป็นอุปกรณ์ในการยิงปิ่นแก่ปแบบโบราณด้วย



ภาพที่ 2.54 พะเนียงปิ่น

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 51)

ฟืม

เครื่องมือสำหรับทอผ้า มีฟันเป็นซี่ๆคล้ายหวี ทำด้วยเหล็กหรือไม้ไผ่ มีโครงไม้ยึดฟืมใช้สำหรับสอดด้ายหรือไหมเส้นยืน เมื่อพุ่งด้ายเส้นนอนหรือเส้นพุ่งแล้ว จะกระแทกฟืมให้เส้นนอนแนบกันแน่น ขนาดของฟืมมักวัดเป็น หลบ โดย 1 หลบ เท่ากับ 40 ช่องฟันหวี ดังนั้น ฟืม 10 หลบ ก็หมายถึง ฟืมที่มี 400 ช่องฟันหวี ซึ่งฟืมนี้เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างมากในการทอผ้ามีหลายขนาด และอยู่ใกล้ตัวกับช่างทอผ้ามากที่สุด



ภาพที่ 2.55 ฟืม

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 53)

เยียมหาก

ภาชนะสำหรับใส่หมาก พลุ และเครื่องกินหมาก เรียก พานหมาก หรือ ชันหมาก (ดูชันหมาก) เยียมหากอาจจะมีรูปแบบต่างไปจากชันหมากสี่เหลี่ยมที่ทำด้วยไม้ที่ใช้กันแพร่หลาย เยียมหมากมักเป็นเขียนหมากทรงกลม ทำด้วยไม้หรือโลหะ ขึ้นอยู่กับฐานะของผู้เป็นเจ้าของและค่านิยมของแต่ละท้องถิ่น



ภาพที่ 2.56 เยียมหาก

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 55)

ลัน

เครื่องดักปลาไหล ทำด้วยกระบอกไม้ไผ่ยาวประมาณ 3-4 ปล้อง ทะลวงข้อให้ทะลุ เหลือไว้เพียงข้อสุดท้าย ปากกระบอกมีงา มีรูสำหรับเสียบไม้ปลายแหลม เพื่อให้ลันจมน้ำอยู่กับพื้นดิน ปล้องสุดท้ายจะเป็นแนวสี่เหลี่ยมผืนผ้าเพื่อให้หน้าเข้า และเป็นช่องอากาศที่จะช่วยให้ลันลอยอยู่เหนือน้ำ เพื่อให้ปลาใช้เป็นที่หายใจ การดักลันต้องใช้เหยื่อล่อ ถ้าดักปลาไหลมักใช้ไส้เดือนเป็นเหยื่อ ลันใช้ดักปลาไหลหรือปลาเล็กๆ ตามหนองน้ำ ชาวอีสานเรียกลันว่า บั้งลัน(ดูบั้ง)



ภาพที่ 2.57 ลัน

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 56)

สลักแอก

ไม้ที่ทำเป็นลูกสลักสำหรับสอดเข้ากับปลายแอก เพื่อขัดเชือกทามที่รัดคอวัวหรือควายให้กระชับกับแอก ไม่หลุดจากแอก สลักแอกสำหรับวัวมักมีข้างละ 2 อัน หรือ 1 คู่ แอกควายมีไม้สลักแอกข้างละอัน ในบางท้องถิ่นอาจจะทำสลักแอกอย่างประณีตสวยงาม



ภาพที่ 2.58 สลักแอก

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 59)

แอบ

หีบหรือกล่องสำหรับใส่สิ่งของ ทำด้วยไม้ ทารัก หรือสานด้วยหวายหรือไม้ไผ่ มักทำเป็นรูปทรงกระบอก มีฝา ถ้าใช้ใส่หมากเรียก แอบหมาก ใส่ยาเรียก แอบยา ขนาดและรูปทรงของแอบจะต่างกันไปตามความต้องการใช้และความนิยมของแต่ละท้องถิ่น



ภาพที่ 2.59 แอบ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 69)

โสังกะบอง

ที่สำหรับวางโต๊ะ (กะโต๊ะ) เพื่อจุดให้แสงสว่าง มักทำด้วยไม้ มีเสาเล็กๆ สำหรับปักโต๊ะและมีถาดรับขี้โต๊ะ โสังกะบองเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิตของชาวชนบทในอดีต เพราะเป็นเครื่องให้แสงสว่างประจำบ้านก่อนที่จะมีตะเกียงและไฟฟ้าใช้ จึงมีคำกล่าวที่ว่า หากสร้างบ้านเรือนแล้ว ไม่มีโสังกะบอง โบราณถือว่ายังสร้างไม่เสร็จ



ภาพที่ 2.60 โสังกะบอง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 73)

เครื่องทองเหลือง

เป็นโลหะผสมระหว่างทองแดงกับสังกะสีเป็นหลัก มีคุณสมบัติด้านทานการเกิดสนิมได้ดี จึงนำมาผลิตเป็นเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ขันทองเหลือง พานทองเหลือง แจกันทองเหลือง กระทะทองเหลือง ตลอดจนเครื่องตกแต่งทองเหลืองอีกมากมาย แต่เครื่องทองเหลืองที่มีชื่อเสียงของภาคอีสาน คือ เครื่องทองเหลืองของบ้านปะอ่าว จังหวัดอุบลราชธานี เครื่องทองเหลืองของที่นี่ไม่จำกัดชนิดและอัตราส่วนของทองแดงและสังกะสี เพราะผลที่ได้ลักษณะผิวของวัสดุไม่แตกต่างกัน ยกเว้นแต่เครื่องทองเหลืองที่มีหน้าที่ใช้สอยด้านเสียง เช่น กระจดิง ชิก กระจพรรวน เป็นต้น ต้องมีส่วนผสมของทองแดงในปริมาณมากเป็นพิเศษ อีกทั้งยังผสมดีบุกเข้าไปอีกด้วย ทองเหลืองที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่ได้จากการซื้อของเก่าจำพวก ขัน ก้อนน้ำ มือจับ กลอนประตู ฯลฯ หรือซื้อเศษทองเหลืองจากโรงงานอุตสาหกรรม การทำเครื่องทองเหลืองบ้านปะอ่าวจึงเป็นการผลิตที่มีกระบวนการรีไซเคิล ช่วยให้มีการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ลักษณะเครื่องทองเหลืองที่โดดเด่นจะมีรูปทรงโบราณ ลวดลายธรรมชาติ มีเส้นเหลี่ยม เส้นโค้ง เน้นไปทางอนุรักษ์นิยม

เครื่องเงิน

มี 2 รูปแบบ โดยจำแนกจากวิธีการทำ คือ ตะเกา และประเทียม ตะเกา คือ การใช้เส้นเงินดัดเป็นรูปทรงและลวดลายแต่ละชิ้น แล้วนำมาเชื่อมด้วยน้ำประสานทอง ส่วนประเทียม คือ การใช้แผ่นเงินบางๆตีเป็นรูปต่างๆโดยอัดขึ้นไว้ภายใน ทำให้แกะลวดลายได้สะดวก มีหลายลวดลายได้แก่ ตั่งโอ้ ดอกทานตะวัน ลำหอกทึบ ลำหอกโปร่ง ไช้แมงดา ดอกมะลิ รังผึ้ง รังแตน ดอกบัว ดอกพริกขจร ระเวียง และตั่งโอ้สามชั้น นอกจากนั้น ยังมีการทำเครื่องเงินผสมหินสีเป็นสร้อย แหวน และต่างหู อีกด้วย โดยยึดรูปแบบโบราณและใช้วิธีการทำแบบดั้งเดิมมาตลอด การจัดวางลวดลายสวยงามด้วยการทำซ้ำ มีมิติ นูน เป็นร่อง มีทั้งสีเงินมันวาวและสีเงินด้านรมดำ

2.1.4.5 เครื่องดนตรีชาวอีสาน

แคน

เครื่องดนตรีประเภทเป่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำด้วยไม้ซางหรือไม้กู่แคน ซึ่งเป็นตระกูลไม้ไผ่ แคนมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ ไม้กู่แคน ไม้เต้าแคน หลาบลโหะ และขี้สูดหรือชันโรง

ไม้กู่แคน คือ ไม้ลูกแคน จะมีจำนวนและความยาวตามขนาดของแคน เช่น แคนหก จะมีไม้ลูกแคนข้างละ 3 ลำ แคนเจ็ด จะมีไม้ลูกแคนข้างละ 7 ลำ รวมเป็น 14 ลำ เป็นแคนขนาดใหญ่มาก ไม้ลูกแคนแต่ละลำจะมีรูลิ้น รูแพ และรูนับเป็นเครื่องประกอบทำให้เกิดเสียง

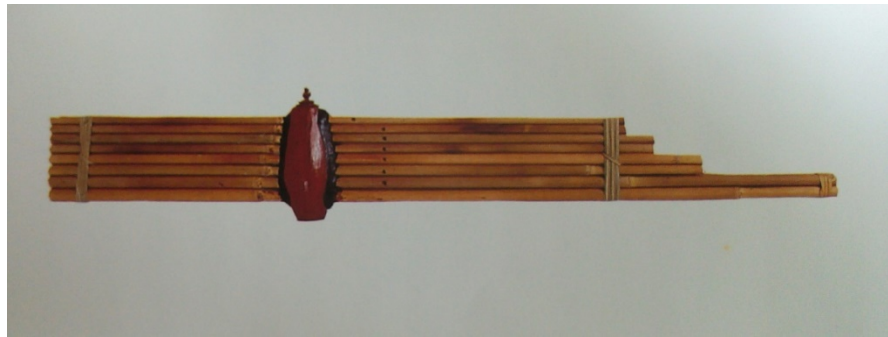
ไม้เต้าแคน มักทำจากรากประตู รูปร่างคล้ายกับตะโพก ปลายเต้าทำเป็นยอดเม็ดให้ดูสวยงาม กลางเต้าเจาะทะลุเป็นรูสี่เหลี่ยมผืนผ้าสำหรับสอดไม้ลูกแคนเรียงเป็นคู่ๆจากใหญ่ไปเล็ก

หลาบลโหะ คือ แผ่นโลหะสำหรับทำลิ้นแคน อาจเป็นแผ่นเงินหรือแผ่นทองแดงก็ได้ แต่นิยมใช้เงินผสมทองแดง เพื่อไม่ให้แข็งหรืออ่อนเกินไป ลิ้นแคนจะติดเข้ากับไม้ลูกแคนหรือไม้กู่แคนตรงรูลิ้นที่เจาะไว้

ขี้สูดหรือขันโรง จะใช้ปิดเต้ากับลูกแคนให้ติดกัน หลังจากประกอบลิ้นเข้ากับลูกแคน และสอดเข้าไปในเต้าตามตำแหน่งที่ถูกต้องแล้ว

แคนแบ่งออกเป็น แคนเดี่ยว คือแคนใช้เป่าเพียงเต้าเดียว เพื่อประสานเสียงกับการขับร้องหรือ ลำ และแคนวง คือแคนที่จัดเป็นชุดหรือสำหรับ เรียก วง เป่ากันเป็นวงตั้งแต่ 6 เต้าขึ้นไป มักเล่นประกอบกับเครื่องดนตรีอื่นด้วย เช่น ซอ ฉิ่ง และกลอง

ปัจจุบัน ยังมีการทำแคนอยู่ในบางท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น บางท้องถิ่นในจังหวัดร้อยเอ็ด นครพนม และในบางจังหวัดที่มีคนไทยเชื้อสายลาวอยู่ เช่น จังหวัดสุพรรณบุรี ราชบุรี และปราจีนบุรี เป็นต้น



ภาพที่ 2.61 แคน

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 13)

ซ้อง

เครื่องตีให้เกิดเสียงประเภทหนึ่ง ทำด้วยโลหะผสม รูปร่างเป็นแผ่นกลมองุ้มลงมารอบตัว มีปุ่ม (จุม) ตรงกลางสำหรับตี ซ้องอีสานหรือซ้องที่ใช้มากในภาคตะวันออกเฉียงใต้แก่ ซ้องหม่อง เป็นซ้องขนาดเล็ก ใช้ตีเข้ากับกลองพ็อนในงานบุญบั้งไฟหรือตีแห่กลองบวช บางทีเรียก ซ้องกระแต บางครั้งตีซ้องหม่องอย่างเดียวไปตามหมู่บ้าน เพื่อบอกให้ชาวบ้านนำสิ่งของต่างๆ เช่น เงิน สิ่งของ ผ้าย โหม่ หลอด มาร่วมทำบุญ ซ้องหม่อง เป็นซ้องขนาดใหญ่ ใช้ตีในงานบุญพระเวส พอพระเทศน์จบก็ตีซ้อง 3 ที เพื่อประกาศให้คนที่นั่งฟังเทศน์หรือไม่ได้ฟังร่วมอนุโมทนาด้วย ซ้องนี้บางทีเรียกว่า ซ้องหม่อง หรือ ซ้องโหม่ง

นอกจากนี้ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีซ้องที่มีลักษณะคล้ายกับซ้องทั่วไปด้วย ได้แก่ ซ้องวง ซ้องชัย เป็นต้น

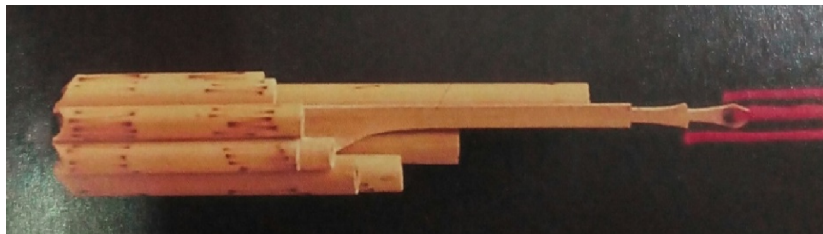


ภาพที่ 2.62 หวัด

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 18)

โหวด

เครื่องเล่นชนิดหนึ่ง ทำด้วยไม้ซางประมาณ 6 อัน มีความยาวโดยประมาณ 10-33 เซนติเมตร ยาวลดหลั่นกัน จากขนาดยาวที่สุดประมาณ 2 คืบ นำมามัดรวมกันเรียงลำดับตามความยาว แล้วเชื่อมติดกันด้วยชันหรือชันโรงจึงมีรูปร่างคล้ายบังไฟที่นำมามัดรวมกัน การเล่นโหวดต้องใช้อปากเป่าพร้อมกับหมุนโหวดไปมา จะทำให้เกิดเสียงต่างกันเป็นทำนองดนตรี หรือเหวี่ยงขึ้นไปในอากาศ เมื่อโหวดตกลงมาจะเกิดเสียงดังไพเราะ โหวดในบางที่ก็เรียกว่า โบด



ภาพที่ 2.63 โหวด

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 66)

โปงลาง

โปงลางเป็นเครื่องดนตรีที่พัฒนามาจาก “เกราะล่อ หรือ ขอลอ” ซึ่งเป็นไม้ตีเคาะจังหวะ แจ็งเหตุหรือใช้เสียงขับไล่คนกาตามหัวไร่ปลายนา โปงลางมีลักษณะเป็นไม้ท่อนเดียว ทำจากไม้หมากหาด (หรือไม้มะหาด) ซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็งและมีเสียงดังกังวาน ต่อมาได้มีผู้คิดนำไม้ 12-13 ท่อนผูกร้อยต่อกัน แล้วไล่เสียงสูงต่ำตามลำดับ ไม้ตีโปงลางจะใช้ไม้ประดู่หรือไม้พยุง เพราะเหนียวและไม่หักง่าย การตีโปงลางจะตี 1 หรือ 2 คนในราวเดียวกัน เมื่อประกอบกับเครื่องดนตรีพื้นบ้านอื่นๆ จะได้เสียงลาย (ทำนอง) น้ำโตนตาดและลายลมพัดไฟ (ที่ให้ความพลิ้วของสายน้ำไหล) ลายลมพัดผ่าน ลาย

แมลงภู่มดดอก ลายกาเต้นก้อน ลายนกไซบนข้ามทุ่ง (เป็นทำนองตามวิถีชีวิตของคนอีสานที่อยู่กับธรรมชาติ)

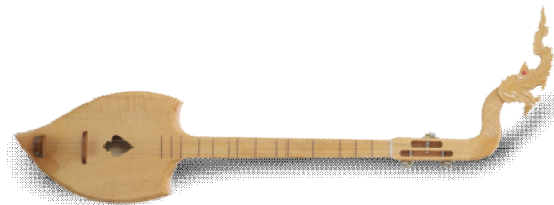


ภาพที่ 2.64 โปงกลาง

ที่มา : <http://www.fiw20.pimkong.com>

พิณ

พิณ เป็นเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายแบบหนึ่ง มีหลายชนิดแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น ในภาคอีสานของประเทศไทย พิณอาจมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น เช่น "ซุง" หรือ "เต่ง" จัดเป็นเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย มีรูปร่างคล้ายกีตาร์แต่มีขนาดเล็กกว่า โดยทั่วไปมี 3 สาย ในบางท้องถิ่นอาจมี 2 หรือ 4 สาย บรรเลงโดยการดีดด้วยวัสดุที่เป็นแผ่นบาง เช่นไม้ไผ่เหลา หรืออาจใช้ปิ๊กกีตาร์ดีดก็ได้ สมัยก่อนจะเล่นเครื่องเดียวเพื่อเกี่ยวสาว ปัจจุบันมักใช้บรรเลงในวงดนตรีโปงกลาง วงดนตรีลำซิ่ง หรือวงดนตรีลูกทุ่ง



ภาพที่ 2.65 พิณ

ที่มา : <http://tkapp.tkpark.or.th>

2.1.4.6 งานศิลปะอีสาน

ว่าว

เครื่องเล่นชนิดหนึ่ง โครงทำด้วยไม้ไผ่เป็นรูปต่างๆปิดด้วยกระดาษ มีหัวและหาง หางใช้เศษผ้าหรือกระดาษต่อกันเป็นเส้นยาวๆ ว่าวที่ชาวอีสานนิยมทำเล่นคือ ว่าวที่มีหัวชะนุ ซึ่งทำด้วยใบตาล

ใบลาน ผิวไม้ไผ่ หรือแผ่นเงินแผ่นทอง ให้เกิดเสียงขณะที่ว่าขึ้นไปรับลมในที่สูง ว่าวชนิดนี้นิยมเล่นกันระหว่างเดือน 12 ช่วงเวลาเก็บเกี่ยวข้าว



ภาพที่ 2.66 ว่าว

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 58)

เทียนพรรษา

ขี้ผึ้งหรือไขสัตว์ที่หลอมเป็นแท่ง มีไส้อยู่ตรงกลาง ใช้จุดให้แสงสว่าง และจุดเป็นพุทธบูชา โดยจุดไว้ในโบสถ์ บูชาพระตั้งแต่วันเข้าพรรษาถึงวันออกพรรษา จึงมีขนาดสูงใหญ่กว่าเทียนทั่วไป ชาวอีสานนิยมทำเทียนพรรษาให้สวยงามด้วยการแกะสลักเป็นลวดลายต่างๆปัจจุบันนิยมทำเป็นรูปสัตว์ ดอกไม้ หรือสิ่งอื่นๆประกอบแท่งเทียน เป็นการประกวดฝีมือช่างกันด้วย



ภาพที่ 2.67 ขบวนแห่เทียนพรรษา

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 37)

บั้ง

กระบอกไม้ไผ่ไม่มีฝาปิด ใช้เป็นภาชนะใส่สิ่งของต่างๆจึงเรียกชื่อตามการใช้งานใช้สอย เช่น ใส่เกลือ เรียก บั้งเกลือ ใส่แจ่ว เรียก บั้งแจ่ว ใส่ น้ำ เรียก บั้งทิง แต่ถ้าเป็นลำไม้ไผ่ยาว 3-4 ปล้อง ที่ปากมีงาใช้ตักปลาไหล เรียก บั้งลัน ใช้ใส่ใบลานสำหรับจดวัน เดือน ปีเกิด เรียก บั้งชาตา ถ้าเป็นลำไม้ไผ่ยาวตั้งแต่ 6-7 ปล้อง ใช้ใส่ดินปืนแล้วจุดให้พุ่งขึ้นไปในอากาศ เมื่อปะทะจะมีเสียงดัง เรียกชื่อต่างๆกัน ได้แก่ บั้งไฟหมื่น บั้งไฟแสน บั้งไฟล้าน บั้งไฟพลุ เป็นต้น



ภาพที่ 2.68 ขบวนแห่บั้งไฟ

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 44)

ปราสาทผึ้ง

เครื่องบูชาชนิดหนึ่ง ทำด้วยขี้ผึ้งหรือเทียน เป็นรูปเหมือนปราสาท นิยมทำหลังจากงานทอดกฐินแล้ว เรียกว่า ทำบุญทอดผาสาดผึ้ง ปราสาทผึ้งมักประดิษฐ์ตกแต่งเป็นลวดลายสวยงาม เช่นเดียวกับปราสาท ปราสาทผึ้งอีกชนิดหนึ่งทำอย่างง่ายด้วยกาบ ก้าน และใบกล้วย ตกแต่งด้วยปัจจัยต่างๆ ฐานใช้ไม้ไผ่ทำเป็นคานอย่างคานหาม ปราสาทผึ้งชนิดนี้ชาวบ้านทำเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ตาย โดยนำไปถวายพระในวันทำบุญเก็บอัฐิ เมื่อถวายพระแล้วก็นำไปวางตามโคนต้นโพธิ์ในบริเวณวัด



ภาพที่ 2.69 ขบวนแห่ปราสาทผึ้ง

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 46)

ธรรมมาสน์

ที่สำหรับภิกษุหรือสามเณรนั่งแสดงธรรม ในภาคอีสานมีรูปแบบต่างกันไปตามขนบนิยมของแต่ละท้องถิ่น แต่โดยทั่วไปมีลักษณะเป็นแท่นหรือเป็นที่ยกสูงจากพื้น มีทั้งแบบที่ทำด้วยไม้เรียบๆ และแกะสลักตกแต่ง เขียนสีหรือลงรักปิดทองประดับกระจก ธรรมมาสน์บางแห่งทำเหมือนบ้านหลังเล็กๆมีหลังคา มีช่องหน้าต่างและบันไดขึ้นลง ผนังแกะสลักระบายสีเป็นลวดลายต่างๆ บ้างก็สร้างเลียนแบบปราสาท ลงรักปิดทองอย่างงดงาม บ้างก็สร้างธรรมมาสน์ตั้งอยู่บนหลังสิงห์ปูนปั้น บ้างก็เขียนภาพด้วยสีฝุ่น ปิดทองประดับกระจก



ภาพที่ 2.70 ธรรมมาสน์

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 38)

พระไม้

ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะล้านช้างมาจากฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขงซึ่งแผ่ขยายเข้ามามายังฝั่งไทย พระไม้ในอีสานแรกเริ่มเกิดขึ้นภายหลังสมัยการปกครองของพระเจ้าฟ้างุ้ม เป็นพระพุทธรูปเล็กๆที่แกะด้วยไม้ ชาวบ้านมักแกะเป็นพระพุทธรูปนั่งหรือยืนขนาดเล็กสูงประมาณไม่เกิน 25 เซนติเมตร โดยใช้ไม้เท่าที่จะหาได้ เมื่อแกะเสร็จแล้วจะนำไปถวายวัดเป็นพุทธบูชาหรือสะเดาะเคราะห์ รูปร่างจะเป็นแบบพื้นบ้าน ไม่อ่อนช้อย ดูไม่เหมือนจริง เหมือนตุ๊กตา ทำทางค่อนข้างแข็ง พระพักตร์และทรวดทรงของพระไม้จะแตกต่างกันไปตามฝีมือผู้แกะ แม้พระไม้ส่วนใหญ่จะมีพระพักตร์และรูปทรงไม้ได้สัดส่วนถูกต้องงดงาม แต่พระไม้มีรูปแบบที่เรียบง่ายและแสดงอารมณ์อย่างซื่อตรงตามความรู้สึกนึกคิดของชาวบ้าน



ภาพที่ 2.71 พระไม้

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 50)

น้ำแต้มหรือสूपแต้ม

น้ำแต้ม หมายถึง สีสำหรับเขียนรูป ได้แก่ สีดำ สีแดง สีเหลือง สีเขียว เป็นต้น บางทีเรียกน้ำสี ภาพระบายสีหรืองานจิตรกรรมเรียก สूपแต้ม เป็นภาพเขียนสีพื้นบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นฝีมือช่างพื้นบ้านอีสาน มีเอกลักษณ์ที่ต่างไปจากจิตรกรรมพื้นบ้านในภาคอื่นๆโดยเฉพาะสूपแต้มบนผนังสิมหรือโบสถ์ บนเพดานสิม เพดานและไม้คอสองหอแจกหรือศาลาการเปรียญจะมีลักษณะเฉพาะตัว ตั้งแต่ตำแหน่งที่เขียนภาพ คือ แทนที่จะเขียนภาพบนผนังด้านในสิมอย่างภาพจิตรกรรมฝาผนังโบสถ์ในภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ แต่ช่างชาวอีสานกลับเขียนไว้บนผนังด้านนอกสิม เรื่องราวของสूपแต้มมีทั้งเรื่องพระพุทธประวัติ ชาดก และนิทานพื้นบ้าน นอกจากสूपแต้มบนผนังสิมแล้ว บางวัดยังเขียนสूपแต้มบนเพดานสิม เพดานและไม้คอสองของหอแจก

หรือศาลาการเปรียญและหอไตรด้วย stup แต่่มไม่นิยมปิดทองอย่างภาพจิตรกรรมฝาผนังในภาคกลาง แสดงอารมณ์และลักษณะของชาวบ้านอย่างเรียบง่าย รูปแบบไม่เคร่งครัดไม่มีระเบียบแบบแผน ไม่มีจิตรบรรจง สื่อความหมายแบบชื่อตรงภาพที่ออกมาบางมุมคล้ายศิลปะเด็ก มีความงามแปลกตา สร้างความรู้สึกเรียบง่าย สนุกสนาน และมีชีวิตชีวา stup แต่่มมีกลุ่มภาพแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มภาพมนุษย์และอมมนุษย์ ส่วนใหญ่เป็นภาพด้านข้าง ไม่มีแสงเงา มีเพียงเส้น รูปมนุษย์ก็จะเป็นรูปคนโดยทั่วไป ตัวพระ ตัวนาง ส่วนอมมนุษย์ จะเป็นภาพครึ่งมนุษย์ครึ่งสัตว์ในป่าหิมพานต์ รวมถึงภาพตัวร้ายในเรื่อง เช่น ชูชก ยักษ์ เป็นต้น
2. กลุ่มภาพสัตว์ มีมากมายหลายชนิดทั้งสัตว์บกสัตว์น้ำ และสัตว์ปีก ซึ่งเป็นสัตว์ตามธรรมชาติ และมีสัตว์ที่เกิดจากจินตนาการหรือเป็นสัตว์ในวรรณกรรม เช่น คชสีห์ สิงห์ มอบ พญานาค การเขียนก็จะเป็นภาพด้านข้าง แต่จะพบการเขียนด้านหน้าด้วยเช่นกัน ลักษณะจะเป็นแบบน่ารักน่าชัง บางตัวดูตลก เป็นการสร้างความสนุกสนานในการรับชม
3. กลุ่มภาพสิ่งของ ประกอบด้วยหมวดเครื่องใช้ในชีวิตรประจำวัน หมวดสิ่งของที่ใช้ในพิธีทางศาสนา หมวดเครื่องดนตรี รวมถึงหมวดเครื่องแต่งกาย เป็นต้น
4. กลุ่มภาพสถาปัตยกรรม ประกอบด้วย พระธาตุ บ้านเรือน ปราสาทบนสวรรค์ ธรรมาสน์ เถียงนา ศาลา บ้านเรือน เป็นต้น มีทั้งแบบด้านหน้า ด้านข้าง และแบบ 3 มิติ
5. กลุ่มภาพธรรมชาติ ได้แก่ ต้นไม้และโขดหิน ต้นไม้นิยมตัดเส้นใบ ระบายสีแถบใหญ่ด้านใต้ขนานกับเส้นโค้งนั้นด้วยสีเทาและสีส้มหรือสีน้ำตาล คล้ายงานศิลปะแบบอิมเพรสชันนิสต์



ภาพที่ 2.72 Stup แต่่ม

ที่มา : พจนานุกรมทัศนกรรมพื้นบ้านอีสาน. วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542 : 40-41)

ศิลปะถ้ำ

คือ ภาพที่ปรากฏบนผนังภายในถ้ำหรือหน้าถ้ำ ตามผนังของก้อนหินใหญ่ เพิงหิน และเพิงผาใหญ่ภาพเหล่านี้อาจแสดงโตดๆมีเนื้อความเล่าเรื่องตัวเองหรือมีภาพประกอบกันเป็นเรื่องราว เล่าเรื่องการล่าสัตว์ การทำเกษตรกรรม การละเล่นในงานรื่นเริง การประกอบพิธีกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความเชื่อและพิธีกรรม ภาพเขียนสีบนผนังถ้ำหรือเพิงผาในประเทศไทยพบมากที่สุด ในภาคอีสานถึง 151 แห่ง สถานที่ที่เขียนภาพมีความเชื่อว่ามีพลังศักดิ์สิทธิ์ สีที่ใช้จะเป็นสีแดงบ้างก็ สันนิษฐานว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับพิธีกรรมความตาย ลายเส้นและรูปร่างง่าย ๆ แสดงถึงวิถีชีวิต

แบบชนเผ่าที่แปลกประหลาด น่าค้นหา สื่อถึงความเป็นกลุ่มชนโบราณ เทคนิคการเขียนภาพศิลปะ ถ้ำในอีสานมี 4 ลักษณะ คือ 1. ภาพผนังเรียบแล้ว โดยเปิงเสียงนี้ใช้สีจากพืชสีลงเพื่อที่วางทงไว้ 2. ภาพ

ชุบสีหรือเอาสีทาบนมือแล้วทาลงไป 3.การวาดด้วยสิ่งที่คล้ายฟูกัน 4.การชุดให้เป็นรอย โดยใช้ โลหะแผ่นเซาะร่อง จาร ชูดขีด ตอด แกะ ให้เห็นเป็นรอย



ภาพที่ 2.73 ศิลปะถ้ำที่เขากันทรังาม จังหวัดนครราชสีมา
ที่มา : <http://www.sujitwongthes.com>

ผ้าพะเหวด

ตามสำเนียงอีสาน คำว่า พะเหวด มาจากคำว่า พระเวสหมายถึง พระเวสสันดร งานบุญพะเหวด เป็น 1 ในประเพณี 12 เดือน หรือ ฮีตสิบสอง ผ้าพะเหวด คือ ผ้าผืนยาวเขียนภาพเล่าเรื่องพระเวสสันดรเพื่อใช้แห่ในงานบุญพะเหวด ซึ่งสมมติว่าเป็นการแห่พระเวสสันดรเข้าเมือง สมัยก่อนช่างแต่มีรูปมักเป็นช่างพื้นบ้าน จึงใช้สีสันเลี่ยนแบบธรรมชาติ ไม่วิจิตรบรรจง ไม่เคร่งครัดเรื่องสัดส่วนของรูปร่าง คน สัตว์ วัตถุสิ่งของมากนัก สะท้อนบุคลิกคนอีสานที่ชื่อๆง่ายๆมีความสุขสนุกสนาน สื่อถึงพระพุทธศาสนา ตามคติความเชื่อของชาวอีสาน ผู้ใดฟังเทศน์เรื่องพระเวสสันดรจบทั้ง 13 กัณฑ์ภายในการเทศน์ครั้งเดียว และภายในวันเดียว จะได้เกิดร่วมชาติภพกับพระศรีอริยมุตไตรย



ภาพที่ 2.74 การแห่พะเหวด
ที่มา : <http://www.esanguide.com>

2.2 การศึกษาข้อมูลด้านวัฒนธรรมการรับประทานอาหารอีสาน

วัฒนธรรมการประกอบอาหารของชาวอีสานมีลักษณะเด่นและแตกต่างจากวัฒนธรรมการประกอบอาหารจากภาคอื่นๆ เพราะชาวอีสานใช้วัตถุดิบที่มีมากในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการประกอบอาหาร และใช้ปลาร้าซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหารของบรรพบุรุษชาวอีสานเป็นเครื่องปรุง จึงทำให้อาหารของชาวอีสานมีรสชาติที่แตกต่างจากอาหารของภาคอื่นๆ อีกทั้งวัฒนธรรมการประกอบอาหารของชาวอีสานเกิดจากการสั่งสมความรู้จากคนรุ่นก่อน และถ่ายทอดการเตรียมอาหาร ปรุงอาหาร และวิธีทำอาหารมาสู่คนรุ่นหลังอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีต

2.2.1 วัฒนธรรมอาหารอีสาน

ชาวอีสานจะกินข้าวเหนียวเป็นหลัก วิถีชีวิตของคนในสังคมอีสานนั้นจะใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่มาประกอบอาหารเป็นหลัก ดังนั้นจึงแตกต่างจากวัฒนธรรมการกินของคนในพื้นที่อื่นๆ ด้วยปัจจุบันสภาพบ้านเรือนที่เปลี่ยนแปลงไปวัฒนธรรมด้านการกินอยู่แบบตะวันตกเข้ามามีบทบาท เช่น กสนนึ่งโตะ การใช้ภาชนะกระเบื้อง ซ้อนส้ม แก้วน้ำ เป็นต้น จึงทำให้การนั่งล้อมวงรับประทานอาหารยังคงมีเหลืออยู่แค่ในกลุ่มชาวบ้านเท่านั้น สำหรับการใช้อุปกรณ์ในการรับประทานอาหารของชาวอีสานปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่ยังคงใช้นิ้วมือในการรับประทานอาหาร เพราะชาวอีสานทานข้าวเหนียวเป็นหลักทุกมื้อ ถ้าจะให้ใช้ช้อนส้อมคงไม่ถนัดนัก แต่มีการใช้ช้อนกลางเพิ่มเข้ามาในการใช้ตักอาหารจุ่มน้ำแกง อย่างเช่น ต้มปลา ต้มไก่ เป็นต้น ภาชนะบางบ้านจะยังใช้แบบถ้วยชามสังกะสี บางบ้านก็ใช้ถ้วยชามกระเบื้องปะปนกันไปในเรื่องของแก้วน้ำ ผู้คนส่วนใหญ่จะนึกภาพว่าต้องเป็นขันตักน้ำ ซึ่งขันก็ยังคงมีอยู่แต่ไว้หน้าบ้าน ในโอ่งที่รองน้ำฝนส่วนในบ้านจะเป็นกระติกใส่น้ำแข็งและมีแก้วเพียงหนึ่งใบใช้ร่วมกัน แต่ถ้ามีแขกมาเยี่ยมเยียนที่บ้านจะใช้แก้วน้ำหลายใบตามจำนวนแขกที่มา

ชาวอีสานมีวิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายเช่นเดียวกับการรับประทานอาหารอย่างง่ายซึ่งสามารถที่จะรับประทานได้ทุกอายุ เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ให้สอดคล้องกับธรรมชาติของภาคอีสาน ชาวอีสานจึงรู้จักแสวงหาสิ่งต่างๆที่สามารถรับประทานได้ในท้องถิ่น มาดัดแปลงเป็นอาหารรับประทาน อาหารของชาวอีสานในแต่ละมื้อจะเป็นอาหารง่ายๆเพียง 2-3 จาน ซึ่งทุกมื้อจะต้องมีผักเป็นส่วนประกอบหลัก ซึ่งรสชาติอาหารนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน แต่ส่วนใหญ่แล้วจะออกรสชาติไปทางเผ็ด เค็ม และเปรี้ยว เครื่องปรุงอาหารอีสานที่สำคัญและขาดไม่ได้เลย คือ ปลาร้า ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหารตั้งแต่บรรพบุรุษของชาวอีสาน กล่าวได้ว่าชาวอีสานทุกครัวเรือนต้องมีปลาร้าไว้ประจำบ้านเพราะใช้เป็นส่วนประกอบหลักของอาหารได้ทุกประเภท หรือการนำปลาร้าที่หมักไว้ทำเป็นน้ำพริกสำหรับจิ้มกินกับข้าวเหนียวและผักต้ม ที่เรียกว่า “แจ่วบอง”

ส่วนประกอบที่สำคัญในการปรุงอาหารอีสานส่วนใหญ่ที่พบเห็นในแต่ละมื้อที่มีความเหมือนกัน คือ ข้าว ในประเพณีสิบสองเดือนของชาวอีสานพบว่า มีประเพณีอันเกี่ยวข้องกับข้าวเป็นอันมาก อาหารหลักอีกประเภท คือ ปลา ชาวอีสานสามารถจับปลาได้ตามแหล่งน้ำธรรมชาติ แต่ละฤดูกาลชาวอีสานเก็บเกี่ยวผลผลิตจากป่าวเวระริ กัดได้อย่างเหมาะสม เช่น ในฤดูร้อนการเวระริกัด

อาหารประเภทพืชผักที่มีสรรพคุณผ่อนคลายความร้อน เช่น มะระขี้นก ผักกูด ผักปลัง ตำลึง ชะอม ผักหวาน แตงโม ในฤดูฝนการบริโภคพืชผักที่สามารถป้องกันความเย็นของอากาศที่จะก่อให้เกิดโรคร้าย เช่น ยอดพริก โหระพา ยี่ห่วย แมงลัก ขิง ข่า กระเจียว ในฤดูหนาวความหนาวจากธรรมชาติส่งผลกระทบต่อร่างกาย อาหารที่เหมาะสมต่อการรับประทานในฤดูหนาว คือ อาหารรสขม ร้อนและเปรี้ยว นอกจากนี้ชาวอีสานยังรับประทานอาหารจำพวกแมง สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ และสัตว์เลื้อยคลาน ที่ให้คุณค่าทางอาหารที่มีโปรตีนสูง เช่น แมงกูดจี่ แมงกระซอน แมงจี่นูน แมงตับเต่า ตั๊กแตน กบ เขียด อึ่งอ่าง งู แอ้ กระปอม (กิ้งก่า) ตู๊กแก เป็นต้น วิธีการจัดหรือรับประทานอาหารในแต่ละมื้อนั้น จะเน้นข้าวเหนียว กับข้าวในแต่ละมื้อส่วนใหญ่ คือ ต้มปลาหรือต้มไก่ ซึ่งจะเป็นไก่ที่เลี้ยงเอง และปลาที่หาจับได้ตามแหล่งน้ำธรรมชาติ ส้มตำลาวที่ทำจากปลาร้าหมักสูตรเฉพาะของแต่ละถิ่น ไข่เจียว และแจ่วบองกินกับผัก ซึ่งผักในแต่ละมื้อจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับผักในฤดูนั้นๆ หรือผักที่ชาวบ้านปลูกไว้ ซึ่งทุกคนจะมานั่งกินแบบล้อมวง และชวนเพื่อนบ้านมานั่งกินร่วมกัน อีกอย่างคือ การกินแบบพาแลง ซึ่ง พา หมายถึง พาข้าว หรือ สำหรับกับข้าว ส่วนคำว่า แลง หมายถึง ตอนเย็น พาแลง หมายถึง พาข้าวสำหรับรับประทานอาหารตอนเย็น บางทีก็เรียก พาข้าวแลง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการกินอย่างหนึ่งที่ทุกคนในครอบครัวมาร่วมกันรับประทานอาหารพร้อมหน้าพร้อมตากัน ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในครอบครัว การจัดงาน พาแลง เป็นประเพณีที่นิยมจัดกันในหมู่บ้านไทยภาคอีสาน ซึ่งอาจจะมีการจัดพิธีสู่ขวัญในงานด้วยก็ได้ นอกจากนั้น ก็จะมีการแสดงพื้นบ้านให้ผู้เข้าร่วมงานได้ชมในระหว่างที่กำลังรับประทานพาแลง

2.2.2 วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร

ผัก และ เนื้อสัตว์ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของอาหารอีสาน ซึ่งเนื้อสัตว์ที่ชาวอีสานนิยมบริโภค คือ ปลา กุ้ง หอย ปู กบ เขียด และอึ่งอ่าง เพราะหาได้ง่ายตามแหล่งน้ำตามธรรมชาติในชุมชน ซึ่งจะมีมากในฤดูน้ำหลากและน้ำลด อาหารที่สำคัญรองจากข้าว คือ ปลา ชาวบ้านในชนบททุกครัวเรือนจะมีเครื่องจับปลา ปลาจะมีชุกชุมในฤดูฝนและต้นฤดูหนาว เมื่อหน้าฝนมาถึงปลาเจริญเติบโตในห้วย หนอง คลอง บึง ในท้องนาของชาวบ้านก็จับมาเป็นอาหาร ในหน้าน้ำหลากชาวอีสานสามารถจับปลาได้มากเกินกว่าจะบริโภคได้หมดในเวลาอันสั้น ถ้าไปจับด้วยกันจำนวนมากเมื่อได้ปลาตัวใหญ่จะต้องฆ่าและแบ่งกินกันทันที แต่หากเป็นปลาขนาดกลางจะเก็บมาทำกับข้าวอื่นๆ และตากแดดทำปลาแห้ง แต่ถ้าตัวขนาดเล็กจะเก็บถนอมไว้บริโภคให้ได้นานด้วยการทำปลาร้า ปลา ส้ม เป็นต้น ส่วนผักที่คนอีสานบริโภคส่วนใหญ่ เป็นพืชผักที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ คนอีสานจะเก็บเฉพาะที่พอบริโภคในแต่ละมื้อ ไม่นิยมเก็บไว้เพื่อบริโภคมื้อต่อไป ดังนั้น หากสังเกตจากครัวชาวบ้านจะพบว่า ไม่มีกับข้าวที่ปรุงสำเร็จค้างไว้ จะมีเพียงแจ่วหรือปลาร้า หรืออาจจะมีปลาปิ้งเล็กๆน้อยๆ เท่านั้น ก็ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง การเก็บผักแต่พอบริโภค เท่ากับเป็นการต่อชีวิตพืชพรรณเหล่านั้นให้มีและดำรงอยู่แพร่กระจายออกไป ซึ่งผักพื้นบ้านที่ชาวอีสานนิยมรับประทานมีดังนี้

ผักแพว ต้นและใบมีกลิ่นหอมอ่อนนำมารับประทานกับลาบและก้อยต่างๆ มีรสเผ็ด ร้อน กลิ่นฉุน นิยมนำมาทำอาหารรสจัด

ผักก้านจอบ ภาคกลางเรียกบอนจีน หรือ ตาลปัตรฤาษี นิยมใช้ช่อและยอดอ่อนมา
รับประทานกับลาบ ส้มตำ และอาหารรสจัดต่างๆ

หน่อไม้รวก เป็นหน่อไม้ที่ขึ้นในป่า เวลารับประทานต้องนำมาเผาหรือลวกให้สุกก่อน

ใบย่านาง ลำต้นเป็นเถาสีเขียวสด ใบสีเขียวเข้มรูปไข่แกมรี ปลายแหลม นิยมนำมาคั้นน้ำ
แล้วใช้เป็นส่วนผสมของแกงหน่อไม้ใบย่านาง หรือต้มกับหน่อไม้รวกเพื่อทำซุบหน่อไม้

ผักชีน้ำ เรียกอีกอย่างผักชีล้อม มีลักษณะคล้ายใบขึ้นฉ่าย แต่ลำต้นและใบเล็กกว่า กลิ่น
ต่างกัน นิยมรับประทานสดๆจิ้มน้ำพริก หรือรับประทานแกลั้มกับลาบและก้อยต่างๆ

ผักกูดน้ำ เป็นทั้งผักพื้นบ้านของภาคเหนือจะนำไปลวกสุก หรือทำเป็นผักต้มราดหัวกะทิ
รับประทานกับน้ำพริกต่างๆ หรือใส่ในแกงส้มและแกงจืด ไม่นิยมรับประทานสด

ผักแขยง หรือผักกะแยง มีกลิ่นหอมฉุน รสชาติเผ็ดร้อน ใช้เป็นผักสดรับประทานกับลาบ
หรือน้ำพริกและแจ่วต่างๆหรือใส่ในแกงเพื่อลดกลิ่นคาวของเนื้อสัตว์ เช่น ต้มปลาและต้มกบ

ผักตั่ว ใบลักษณะมน สีเขียวสด รับประทานยอดอ่อนและใบอ่อน มีรสเปรี้ยวเล็กน้อยนิยม
นำมาทำแกงเห็ด ต้มปลาใส่ขมิ้นแดง หรือ รับประทานสดๆเป็นเครื่องเคียง

ผักเม็ก มีรสเปรี้ยวปนฝาดเล็กน้อย นิยมรับประทานสดเป็นเครื่องเคียง หรือนำมาทำซุบ
เส้นและป่น

ผักชีลาว นิยมใช้โรยหน้าอาหารจำพวกเมนูปลาเพื่อดับกลิ่นคาว หรือนำมาทำแกงอ่อม
หมกและน้ำยาขมจีน

ใบมะขาม มีรสเปรี้ยว จึงนิยมใส่ในน้ำซุบ เพื่อเพิ่มรสชาติ เช่น ต้มไก่

ใบแมงลัก มีรสเผ็ดร้อนอ่อนๆนิยมนำมาทำแกงหน่อไม้ดองและทอหมกหน่อไม้

ขี้เหล็ก เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง ดอกตูมและใบอ่อนของขี้เหล็กมีรสขมเล็กน้อย ต้องคั้นน้ำ
ทิ้งหลายๆครั้งก่อนจึงนำมาปรุงอาหารได้ นิยมนำมาทำแกงกะทิ เช่น แกงขี้เหล็ก หรือเป็นผักจิ้ม จะ
ช่วยระบายท้องได้ดี

ผักเสี้ยน นิยมนำมาดองเค็มหรือดองเปรี้ยว รับประทานคู่กับแจ่วหรือป่น

กระถิน เป็นไม้พุ่มยอด นิยมรับประทานสดๆได้ทั้งยอดอ่อน ผักอ่อน และเมล็ดอ่อน เป็น
เครื่องเคียงกับน้ำพริก ส้มตำ หรือ ขนมหจีน

ยอดจิก คล้ายใบหูกาง รับประทานกับลาบ

ผักแว่น ขึ้นอยู่ในน้ำ รับประทานกับลาบและน้ำพริก

เครื่องปรุงของชาวอีสาน

มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆจึงทำให้วิธีการ
ปรุงของชาวอีสานแตกต่างจากท้องถิ่นในพื้นที่อื่นๆเครื่องปรุงพื้นบ้านแบบชาวอีสานประกอบไปด้วย

ข้าวคั่ว คือ การนำข้าวสารเหนียวนำไปคั่วในกระทะหรือหม้อด้วยไฟอ่อนๆให้เหลืองมีกลิ่น
หอมแล้วนำมาตำให้ละเอียด ใช้กับอาหารหลายชนิด เช่น ลาบ น้ำตก ตับหวาน ช่วยให้อาหารมีกลิ่น
หอมและน้ำซัน หรือแห้งซัน ไม่นิยมทำครั้งละมากๆเพื่อเก็บไว้ ส่วนใหญ่จะทำแค่พอใช้ เพราะถ้าทำ
เก็บไว้จะทำให้ไม่หอม

ข้าวเป็อ คือ การนำข้าวหว่า (ข้าวสารเหนียวแช่น้ำก่อนนึ่ง) มาทำให้ละเอียด (จะตำข้าวเป็อใส่กับใบย่านางก่อนนำไปคั้นเอา น้ำ กรองให้ใสทำเป็นน้ำแกง) ใช้ใส่ในอาหารหลายประเภท จะทำให้น้ำแกงหรืออาหารนั้นข้นขึ้น เช่น แกงอ่อม หมกหน่อไม้

พริกป่น คือ เป็นเครื่องปรุงที่ใสในอาหารเกือบทุกชนิด เพราะคนส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารที่เผ็ดจัดจ้าน นิยมทำเองในครัวเรือนโดยนำพริกชี้หุมาตากแห้งแล้วคั่วในกระทะ โดยใช้ไฟอ่อนๆจนมีกลิ่นหอมฉุน พักให้เย็นโขลกพอละเอียด เก็บใส่ภาชนะมีฝาปิดสนิทไว้ได้นานหลายเดือน

ปลาร้า คือ หรือปลาแดก เป็นอาหารหลักและเครื่องปรุงรสที่สำคัญที่สุด ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการทำอาหารเลย ส่วนใหญ่คนอีสานจะไม่นิยมซื้อ จะทำเองจากปลาที่หามาได้ หมักใส่เกลือใส่ข้าวคั่วหรือรำคั่วหมักทิ้งไว้ ถือว่าเป็นการถนอมอาหารชนิดหนึ่ง ปลาร้านำมาประกอบอาหารได้หลายชนิด ไม่ว่าจะนำมาเป็นหลักหรือมาประกอบเป็นเครื่องปรุง เช่น ปลาร้าทอด ปลาร้าสับ แจ่วบอง ส้มตำ ซุบหน่อไม้ แกงต่างๆ

เกลือ คือ เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องปรุงรส ใส่อาหารทุกชนิด

ข่า คือ ข่าที่ใช้ใส่น้ำพริกแกง เครื่องแกง นิยมใช้ข่าแก่ ข่าที่ใส่ข้าวต้มปลาหรือใส่ลาบใช้ข่าแก่โขลกละเอียด ข่าแก่ที่โขลกละเอียดสามารถเก็บไว้ได้นานโดยกลิ่นและรสยังเหมือนเดิม โดยโขลกแล้วตากแห้ง ใส่ขวดปิดฝา ข่าจะดับกลิ่นคาวของเนื้อและปลาได้ดี เนื้อต้มเปื่อยถ้าได้ใส่ข่าจะมีกลิ่นหอม การใส่ข่าในเครื่องแกงถึงแม้ใส่เพียง 1 ซ้อนชาก็ต้องใส่ ขาดไม่ได้ ถ้าขาดจะทำให้เครื่องแกงขาดรสชาติไป ข่าอ่อนใช้กับต้มยำ ต้มข่าไก่ ทำเมี่ยงข่า ข่าที่ใช้ใสในต้มยำและต้มข่าไก่ควรจะแช่ด้วยน้ำมะนาวทันที เมื่อหั่นแล้วข่าจะเป็นสีชมพูน่ารับประทาน การเก็บข่าสดแช่อ่อนให้แช่น้ำ ข่าจะไม่เหี่ยว

ตะไคร้ คือ ใช้ใส่ในเครื่องแกง ต้องใส่ในปริมาณที่พอเหมาะ ในเครื่องแกงจะใช้ตะไคร้ 1 ซ้อนโต๊ะ แต่จะใส่ข่าเพียง 1 ซ้อนชชา การเลือกตะไคร้ ควรเลือกต้นอวบสด เวลาใช้ตัดส่วนโคนที่ติดกับรากออกทิ้ง ลอกกาบนอกที่แก่จัดออกบ้าง หั่นเป็นท่อนหรือหั่นตามขวางบางๆ (ถ้าใส่ยำ) ตะไคร้ที่ใส่ในต้มยำหรือใส่ยำเมื่อหั่นแล้วแช่น้ำมะนาวทันที ตะไคร้จะเป็นสีชมพูเป็นวงๆ น่ารับประทาน ตะไคร้ที่ใช้ทำน้ำตะไคร้ต้องเลือกตะไคร้ที่สดใหม่หั่นฝอย ต้มน้ำให้เดือดก่อนแล้วจึงใส่ตะไคร้ จะออกสีและกลิ่นดีกว่าใช้ตะไคร้เก่า ตะไคร้ใช้ดับกลิ่นคาวได้ดี โดยเฉพาะปลา เช่น งบปลาที่ใส่พริกสด ใส่ตะไคร้โขลกหยาบๆ ทำให้งบปลามีรสชาติดี ไม่เหม็นคาว การเก็บตะไคร้สดแช่ในน้ำ จะเก็บไว้ได้นานไม่เหี่ยว ปักในแก้ว วางบนโต๊ะอาหารในครัวยก้สวย

กระเทียม คือ เป็นเครื่องปรุงที่สำคัญของอาหารอีสาน อาหารอีสานแทบทุกชนิดใช้กระเทียมเป็นส่วนประกอบในการทำพริกแกง ในอาหารบางประเภทก็ใช้หัวกระเทียมสดเป็นเครื่องเคียง เช่น แหนมปลา แหนมหมู แหนมเนื้อ ฯลฯ ประโยชน์ของกระเทียมเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าเป็นยาอายุวัฒนะ มีสารต้านมะเร็ง ละลายเสมหะ ในด้านการประกอบอาหารกระเทียมจะช่วยเพิ่มรสชาติทำให้มีกลิ่นหอมชวนรับประทานและดับกลิ่นคาวของอาหารได้ด้วย

หอมหัวหรือหอมแกง คือ เป็นเครื่องปรุงที่มีความสำคัญไม่แพ้กระเทียม และมักจะใช้คู่กันเสมอ เมื่อจะทำพริกแกง หรือนำไปเจียวราดอาหารต่างๆเพิ่มกลิ่นรสชาติ หอมแกงยังมีสรรพคุณช่วยให้หายใจโล่งในผู้ที่ เป็นหวัดคัดจมูก

กระชาย คือ เป็นเครื่องปรุงที่ให้ความหอม ดับกลิ่นคาว และมีรสเผ็ด การใส่ต้องใส่ในปริมาณที่เหมาะสม เพราะถ้าใส่มากเกินไปจะทำให้อาหารมีรสเผ็ดและขม อาหารอีสานที่ใช้กระชายเป็นส่วนประกอบ เช่น ขนมจีนน้ำยาป่า แกงอ่อมต่างๆ ห่อหมก แกงป่า ฯลฯ

ใบมะกรูด คือ ใส่ในอาหารแล้วทำให้มีกลิ่นหอม ใส่ยา เช่น ยาส้มโอ โรยด้วยใบมะกรูดหั่นฝอย หรือย่ำทะเลใส่ใบมะกรูดหั่นฝอยเพื่อดับกลิ่นคาว ต้มยาที่ไม่ใส่ใบมะกรูดความหอมจะลดลงไป และเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ การใส่ใบมะกรูดในแกงต้องฉีก ไม่เอาก้าน

2.2.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารอีสาน

อุปกรณ์ในการประกอบอาหารของชาวอีสานส่วนมากทำมาจากไม้ไผ่ จากวิถีชีวิตและความ เป็นอยู่อันเรียบง่าย ของประชาชนชาวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งนักคิดค้นหาวิธีการประดิษฐ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ในการประกอบอาหาร ด้วยนำเอาวัสดุที่มีในท้องถิ่น ราคาถูก หาได้ง่าย และใช้ภูมิ ปัญญาชาวบ้าน ที่แฝงไว้ด้วยศิลปะอันน่าทึ่ง เช่น ศิลปะการจักสาน การปั้น เป็นต้น

หวด

หวดหรือมวย เป็นภาชนะอย่างหนึ่งที่มีมาแต่โบราณ ใช้สำหรับนั่งข้าวเหนียวและผลไม้อื่นๆ ทำหน้าที่คล้ายกับชิงในปัจจุบัน ที่ก้นมวยจะมีที่รองรับข้าวเพื่อไม่ให้ร่วงไหลลงหม้อหนึ่ง

กระดั่ง

ทำมาจากไม้ไผ่โดยการทำเป็นตอกแล้วเอามาจักสาน ลักษณะแบนกลม มีขอบสูงขึ้นมา เล็กน้อย เรียกว่า ขอบกระดั่ง มีหลากหลายขนาดขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้ กระดั่งนอกจากจะ ใช้แยกเปลือกกับเมล็ดแล้วยังสามารถใช้ประคองขนอย่างอื่นได้อีก เช่น ใช้ตากปลา ใช้รองสำหรับข้าว ส่วยข้าว หรืออื่นๆ ตามแต่ผู้ใช้จะนำไปใช้

โบรม

ทำจากไม้ค้อ ใช้สำหรับส่าย (กวน) ข้าวเหนียวให้เย็นตัวลง และไม่ให้เป็นยาง ก่อนที่จะ นำไปใส่ในกระติบข้าว ทำให้เก็บข้าวไว้นาน และข้าวไม่แฉะ ซึ่งโบรมจะเข้ระร่องตรงกลางออกทั้งหมด

ไม้พาย

ใช้สำหรับเกลี่ยข้าว พลิกไปมาให้ไอน้ำที่ร้อนระเหยออกไปให้ทั่วถึง พอได้ที่ก็ม้วนข้าวเก็บ เอาไว้ในกระติบข้าวเหนียว

ก่องข้าว และ กระติบข้าว

เป็นภาชนะบรรจุข้าวเหนียวของชาวอีสาน ความแตกต่างของภาชนะทั้งสองอยู่ที่รูปทรง โดยก่องข้าวจะมีลักษณะคล้ายกระบุง มีฝาปิดและมีขาทำด้วยไม้เนื้อแข็งเป็นฐานแยกสี่แฉก มีความ แข็งแรงทนทานมากกว่ากระติบ การสานด้วยไม้ไผ่มีความแน่นหนา เก็บขอบด้วยหวายโดยรอบ

ครก

เป็นเครื่องครัวที่มีลักษณะภายนอกเป็นกรวยยอดตัด 2 อันซ้อนกันโดยหันเอาฐานที่แคบกว่า เข้าประกบกัน ส่วนภายในเป็นเบ้าที่ค่อนข้างจะเป็นครึ่งทรงกลม ต้องมีการใช้คู่กับสาก ส่วนครก กระเบื้องที่ใช้ตำข้าวเปลือกนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างออกไป

สากกะเปือ

คือสากไม้สำหรับตำข้าวเปือหรือน้ำพริก ใช้คู่กับครก

2.2.4 ชนิดและประเภทของอาหารอีสาน

ภาคอีสานได้สืบสานวัฒนธรรมการบริโภคมานานนับหลายพันปี อาหารอีสาน เป็นอาหารอีกประเภทหนึ่งซึ่งกล่าวได้ว่ามีชื่อเสียงและรสชาติเป็นที่นิยมของคนไทย สามารถรับประทานได้ทุกเวลาทุกสถานที่ ตั้งแต่ร้านอาหารสุตหฺรูไปจนถึงรถเข็นข้างทาง

อาหารอีสานนับว่าเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากเป็นอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น มีรสเปรี้ยว เค็ม เผ็ด เป็นหลัก สามารถใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่ได้จากท้องถิ่น ซึ่งล้วนเป็นวัตถุดิบที่มีคุณค่า อาหารอีสานพิถีพิถันในการปรุงทั้งรสชาติและหน้าตาของอาหาร เน้นการทำอาหารที่รวดเร็วเรียบง่ายประกอบไปด้วยอาหารหลายประเภท ดังนี้

ประเภทหลาม

เป็นการทำอาหารให้สุกโดยใช้อุปกรณ์ คือ กระจบอกไม้ไผ่ ส่วนประกอบหลัก ได้แก่ เนื้อสัตว์ ปลาไหล เครื่องในสัตว์ เป็นต้น เครื่องปรุงน้ำพริกคล้ายกับแกง ไม่นิยมใส่ผัก ใส่น้ำเปล่าเล็กน้อย ปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า เกลือและน้ำปลา แต่งกลิ่นด้วยผักอีตุ้ (ใบแมงลัก) ผักข่า (ชะอม) ผักแขยง เป็นต้น ผสมทุกอย่างเข้าด้วยกันแล้วนำไปบรรจุในกระจบอกไม้ไผ่สด นำไปเผาไฟให้สุกจะมีกลิ่นหอมรับประทานกับข้าวเหนียวร้อนๆ นอกจากนี้ มีการนำข้าวเหนียวใหม่ผสมกับน้ำกะทิ น้ำตาล เกลือเล็กน้อย บรรจุลงในกระจบอกไม้ไผ่ยัดอ่อน แล้วนำไปเผาไฟจะได้ข้าวหลาม ซึ่งนิยมทำรับประทานกันมากหลังฤดูเก็บเกี่ยวข้าวหรือโอกาสพิเศษต่างๆ

ประเภทลาบ

เป็นอาหารแบบย่ำที่มีเนื้อมาสับละเอียดหรือหั่นเป็นชิ้นเล็กๆบางๆปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า พรอก ข้าวคั่ว ต้นหอม ผักชี รับประทานกับผักพื้นเมือง นิยมใช้กับเนื้อปลา หมู ควาย วัว กบ ไก่ และเป็ด เป็นต้นการปรุงรสของลาบจะมีรสเปรี้ยวนำ ที่ขาดไม่ได้เลยคือ ข้าวคั่ว เพราะจะทำให้ลาบมีความเข้มข้นและรสกลมกล่อมยิ่งขึ้นเมื่อจิ้มด้วยข้าวเหนียวร้อนๆ

ประเภทก้อย

เป็นอาหารแบบย่ำที่มีลักษณะของการนำเนื้ออย่างมาหั่นเป็นชิ้นๆผสมกับผักพื้นเมือง นิยมใช้กับเนื้อปลา หมู วัว ควาย ไก่ และเป็ด ทานกับผักสดนานาชนิดการก้อยจะหั่นเนื้อสัตว์เป็นชิ้นบางๆ อาจดิบหรือสุก โดยการย่าง ลวก หรือนำส่วนผสมก้อยที่ปรุงดิบไปคั่ว (ตั้งไฟอ่อน) ให้สุก ปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า น้ำปลา น้ำมะนาว หรือเครื่องปรุงรสเปรี้ยวอื่นๆ เช่น มะม่วงดิบ ตามด้วยพริกแห้งป่น ข้าวคั่ว หัวหอมหรือต้นหอมซอย หอมเป (หอมหอหรือผักชีฝรั่ง) ใบมะกรูด ใบสะระแหน่ แล้วชิม ให้ออกรสเปรี้ยวนำ รับประทานกับผักสดชนิดต่างๆเช่น ลิ้นฟ้าเผา (เพกา) ยอดติ้วอ่อน ใบมะตูมอ่อน ใบมะกอกอ่อน ถั่วฝักยาว มะเขือ แตงกวา เป็นต้น

ประเภทสา

เป็นอาหารแบบยำ ที่นำหนังหมู เนื้อหมู อย่างสับ มาผสมกับหัวปลี วุ้นเส้น

ประเภทแซหรือแช่

เป็นอาหารแบบยำที่นำเนื้อสดๆมาปรุง นิยมใช้กับเนื้อวัวและหมู คล้ายๆลาบแต่มีใส่เลือดสดๆด้วย กินกับผักสดตามชอบ คนโบราณนิยมกินเพราะเชื่อว่าเป็นยาชูกำลัง

ประเภทอ่อม

เป็นอาหารแบบแกง แต่มีน้ำน้อยมีผักพื้นเมืองหลายชนิด นิยมใช้กับเนื้อไก่ และปลา หรือเนื้อกบ เนื้อเขียด เน้นที่ปริมาณผัก

ประเภทอ้อ

ลักษณะคล้ายอ่อมแต่ไม่ใส่ผัก (ใส่เพียงต้นหอม ใบมะกรูด ตะไคร้ ใบแมงลัก) นิยมใช้ปลาตัวเล็กๆ กุ้ง หรือไข่มดแดง ปรุงใส่น้ำพอให้อาหารสุก

ประเภทหมก

มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบหลัก หมกบางชนิดใส่หน่อไม้สดต้มขูดฝอยเป็นหลักร่วมกับหัวปลีหั่นฝอย แต่งกลิ่นด้วยผักอืดู (ใบแมงลัก) เป็นอาหารประเภทหนึ่งที่ใช้ใบตองห่อและกัด้วยไม้กลัด นำไปนึ่งหรือปิ้งไฟให้สุกหรืออาจนำส่วนผสมใส่ลงในหม้อปิดฝาตั้งไฟอ่อนๆก็ได้ นิยมใช้กับเนื้อปลา ไก่ แมลง ฮวก (ลูกอ๊อด) กบ เขียด ผัก และ หน่อไม้ หมกหรือห่อหมกของภาคอีสานจะไม่ใส่กะทิ

ประเภทอู๋

คล้ายหมกแต่ไม่ใช้ใบตอง นิยมใช้กับเนื้อปลาโดยเฉพาะปลาตัวเล็กๆกับพวกลูกอ๊อดกบ

ประเภทหม่า

คือ ใส่กรอกเนื้อวัวผสมตับ ตะไคร้และเครื่องเทศอื่นๆ หม่าซี่ปลา มีลักษณะคล้ายปลาร้า ชนิดหนึ่งรสชาติค่อนข้างเปรี้ยว หมักกับข้าวเหนียว

ประเภทแจ่ว

คือ น้ำพริกของชาวอีสาน นิยมใส่ปลาร้าสับหรือน้ำปลาร้า บางครั้งใส่มะกอกพื้นบ้านก็เป็นแจ่วมะกอก รับประทานกับผักสด ลวก หรือหนึ่ง เป็นอาหารที่นิยมรับประทานกันทุกบ้านในภาคอีสาน เพราะมีขั้นตอนการทำที่ไม่ยุ่งยากเป็นเครื่องจิ้มที่เสริมรสอาหาร

ประเภทป่น

เป็นน้ำพริกที่ข้นละเอียดกว่าแจ่ว เพิ่มน้ำให้ดูไม่แห้งจนเกินไปส่วนประกอบหลักได้แก่ พริกสดหรือพริกแห้ง หอมแดง กระเทียม (คั่วหรือเผาให้สุก) โขลกผสมกับเนื้อปลาต้ม ปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า (จะขาดไม่ได้ทีเดียว) น้ำปลา และเติมน้ำ ต้มสุกเล็กน้อย (อาจใช้วิธีการต้มน้ำปลาร้าให้เจือจางก็ได้) อาจเพิ่มรสเปรี้ยวด้วยมะนาว แต่งกลิ่นด้วยต้นหอมซอย ลักษณะของป่นจะข้นเพื่อให้จิ้มกับผักได้ดี โดยเฉพาะผักดอง (ส้มผัก อาจทำจากผักกาดตึนหมี่ กะหล่ำปลี ต้มหอม ต้นผักเสี้ยน) ผักสด และผักลวกชนิดต่างๆ ส่วนประกอบในการทำป่นนอกเหนือจากปลาอาจใช้เนื้อสัตว์อื่น หรือเห็ดชนิดต่างๆได้เช่นกัน

ประเภทตำ

เป็นชื่อเรียกอาหารที่มีวิวัฒนาการมาจากการนำผักจิ้มแจ่วเช่นเดียวซุบซึ่งใช้ผักต้ม แต่ตำใช้ผักและผลไม้สด ตัวอย่างที่เห็นและนิยมบริโภคทั่วไปได้แก่ ตำส้ม (ส้มตำมะละกอ) ตำแตง ตำถั่ว ตำกล้วย และผลไม้พื้นเมืองอื่นๆ การตำจะรวมเอาผักและผลไม้ที่มีรสต่างๆ ทั้งเผ็ด เปรี้ยว ผาด ขม มาตำรวมกันได้ เครื่องปรุงหลักได้แก่ผักและผลไม้ที่ตำ (มะละกอ แตง ถั่ว กล้วยดิบ ฯลฯ) เครื่องปรุงได้แก่ พริกสดหรือแห้ง ปลาร้า ปัจจุบันมีการพัฒนาอาหารประเภทตำให้มีความสอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค เช่น นำเส้นขนมจีนตำคลุกกับตำมะละกอ เรียกว่า ตำซั่ว ถ้านำทั้งน้ำยาขนมจีน ถั่วงอก ผักกาดดองลงผสมด้วย พร้อมทั้งปูนาหนึ่งสุกและปลาร้า ปลาช่อนขึ้นโต เรียกกันว่า ตำมั่ว

ประเภทตำซั่ว

เป็นอาหารแบบส้มตำชนิดหนึ่ง แต่ใส่ส่วนประกอบมากกว่า คือ ใส่ขนมจีน ผักดอง และมะเขือเครือหรือผักอื่นๆ

ประเภทซุบ

เป็นอาหารที่มีวิวัฒนาการมาจากการนำผักมาจิ้มแจ่ว คำว่า “ซุบ” มีผู้สันนิษฐานว่า มาจากคำว่า “ซุบ” หมายถึง จุ่มหรือจิ้ม นั่นเอง ภาคอีสานออกเสียง ซ เป็น ซ ซุบจึงออกเสียงว่า ซุบ การนำผักมาจิ้มแจ่ว ซึ่งแจ่วมีส่วนผสมหลักคือปลาร้าและพริก ผักที่นิยมนำมาทำซุบ เช่น หน่อไม้สดต้มชุตผอย ขนุนอ่อน มะเขือต้ม ผักเม็ก ผักต้ว ผักดั่งกล่าวปกติก็นิยมบริโภคโดยใช้เป็นผักจิ้มแจ่วอยู่แล้ว ชาวบ้านจึงพลิกแพลงด้วยการนำผักเหล่านั้นผสมลงในแจ่ว แล้วใส่ข้าวคั่ว งาคั่ว เพื่อให้ซุบมีกลิ่นหอม น่ารับประทานยิ่งขึ้น การเรียกชื่อซุบ จะเรียกตามผักที่เป็นส่วนผสมหลัก เช่น ซุบหน่อไม้ ซุบมะเขือ ซุบบักมี (ขนุน) ซุบเห็ดกระด้าง (เห็ดขอนไม้ตากแห้ง นำมาต้มให้อ่อนนุ่ม) การทำซุบจะไม่นิยมให้มีรสเผ็ดมากนัก

ประเภทต้ม

เป็นการปรุงอาหารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบในปริมาณมากกว่าการแกง มีรสชาติเข้มข้น มีรสเค็ม เปรี้ยวมากกว่าเผ็ดหรือหวาน รสชาติแตกต่างกันตามชนิดของต้มหรือเนื้อสัตว์ที่เป็นส่วนประกอบ การต้มทำได้โดยการนำเนื้อสัตว์มาต้มกับน้ำ ใส่ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ปรุงรสด้วยเกลือ น้ำปลาร้า น้ำปลา เสริมความเปรี้ยวด้วยมะขามเปียก ใบมะขามอ่อน บางครอบครัวไม่นิยมรับประทานรสจัด ก็จะไม่ปรุงรสเปรี้ยวและเผ็ดมากนัก การปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า ถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของอาหารอีสาน การต้มเนื้อและปลาไม่ให้มีกลิ่นคาว ต้องต้มน้ำให้เดือดแล้วใส่เครื่องดับกลิ่น เช่น ขิง ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด หัวหอม กระเทียม ผงก่อน เมื่อน้ำเดือดได้ที่แล้วจึงใส่เนื้อสัตว์

ประเภทปิ้งย่าง

เป็นการทำอาหารให้สุกโดยการวางเหนือเตาไฟ ใช้ไฟอ่อนถึงปานกลาง เช่น ปิ้งปลา ปิ้งกบ ปิ้งไก่ ปิ้งตับ ปิ้งหมู เป็นต้น ส่วนการย่าง เช่น ย่างเนื้อ ย่างเสีอร้องให้ ย่างลิ้น ย่างพวงนม เป็นต้น ก่อนการนำมาปิ้งหรือย่างจะปรุงรสด้วยเกลือและน้ำปลา ส่วนใหญ่อาหารประเภท ปิ้งย่าง นิยมรับประทานคู่กับแจ่ว (น้ำจิ้ม) ที่ทำจากพริกแห้งปน น้ำปลาร้า น้ำปลา แจ่วบางชนิดปรุงรสด้วยน้ำ

มะนาว มะขาม มะกอกสุก ให้มีรสเปรี้ยว บางชนิดปรุงด้วยรสขมของบิหรือดี (น้ำดี ได้มาจากถุงน้ำดี ของสัตว์ เช่น เป็ด ไก่ วัว ควาย เป็นต้น)

ประเภทเผา

เป็นการทำอาหารให้สุกโดยใช้ไฟแรงกว่าการปิ้งหรือย่าง เปลวไฟอาจถึงเนื้ออาหาร เพราะฉะนั้นการเผาจึงต้องมีกรรมวิธีที่ทำให้อาหารยังคงคุณค่าและรสชาติ เช่น การเผาปลา จะใช้เกลือทาตัวปลาให้ทั่วและมากพอ เกลือจะช่วยให้โปรตีนในเนื้อปลาอุ้มน้ำไว้ไม่ให้ไหลออกจากตัวปลา เนื้อปลาที่เผาจึงยังคงรสชาติดี แต่หากใช้ปลาทั้งตัวเผา หนังและเนื้อปลาอาจไหม้ได้ น้ำจากปลาจะหยดลงเตา ทำให้ปลาเผานั้นมีรสชาติไม่น่ารับประทาน นอกเหนือจากการใช้เกลือในการเผาปลาแล้วยังมีการนำเอาดินเหนียวมาหุ้มตัวปลาให้หนาประมาณ 1 เซนติเมตร แล้วนำไปเผาไฟ ความร้อนจะผ่านดินเหนียวไปยังตัวปลา ทำให้ปลาสุก และมีกลิ่นหอมน่ารับประทาน (ถ้าใช้ไก่แทนปลา เรียกว่า ไก่ขอบาน) นอกจากนี้แล้วยังมีการใช้วัสดุอื่น ๆ มาใช้ในการเผาปลา เช่น ใบตอง ใบบัว ใบข่า เป็นต้น วิธีการเผาปลาของภาคอีสานจึงเป็นการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านอย่างแท้จริง

ประเภทแกง

เป็นการปรุงอาหารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบ รสชาติเข้มข้น มีรสเผ็ดเค็มเป็นหลัก เครื่องปรุงแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนน้ำพริก ประกอบด้วย พริกแห้งหรือพริกสด ตะไคร้ และหัวหอม อาจใส่ขมิ้นชันเล็กน้อย (บางครอบครัว) ในแกงที่มีปลา กบ เขียด หรือ อึ่งอ่าง เพื่อดับกลิ่นคาว เครื่องปรุงอื่น ประกอบด้วย เนื้อสัตว์ เช่น ปลา ปลาย่าง กบ เขียด หอยขม ไก่ หมู วัว ควาย ไข่มดแดง และแมลงต่างๆ ผักชนิดต่างๆเช่น หน่อไม้สด หน่อไม้ดอง ฟักทอง ฟัก มะเขือ ผักหวาน หอยวกกล้วย หัวปลี ใบขี้เหล็ก สายบัว อีเล็ด (ใบชะพลู) หวาย ผำ ขนุนอ่อน เป็นต้น ส่วนผักที่นิยมใส่ในการแต่งกลิ่น เช่น ผักอีตุ้ (ใบแมงลัก) ผักแขยง ผักชีลาว เป็นต้น ปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า น้ำปลา เกลือ น้ำที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นน้ำเปล่า แต่แกงบางชนิดอาจใช้น้ำใบย่านาง เพื่อเพิ่มรสชาติ และลดรสขื่นของผัก เช่น แกงหน่อไม้สด แกงขี้เหล็ก แกงขนุนอ่อน แกงหวาย และแกงเห็ด ส่วนน้ำกะทิจะใช้น้อยมากในแกงพื้นเมืองอีสาน จะมีบ้าง เช่น แกงหน่อไม้สด (ไม่ตง) แกงไก่ หรือแกงปลาที่ใส่ขมิ้นชันเป็นหลัก(บางครอบครัว)

ประเภทชกเล็ก

วิธีการทำเหมือนกับลาบทุกประการ แต่ไม่นำไปลวกหรือทำให้สุกอย่างลาบ เมื่อปรุงเครื่องปรุงและชิมรสจนได้ที่แล้ว (อาจทำให้รสจัดกว่าลาบ) จึงนำเลือดสัตว์นั้นๆมาคั้นให้เลือดแตก (ไม่จับเป็นก้อน) ด้วยใบตะไคร้ นำไปคลุกเคล้ากับลาบดิบๆก็ได้ชกเล็กรสแซบ ในกรณีที่เป็นหมูอาจทำให้สุกก่อนจึงค่อยใส่เลือด

ประเภทเลือดแปลง

เป็นการทำลาบเลือดจากเครื่องในหมู โดยนำเครื่องในหมู เช่น ปอด ตับ หัวใจ กระเพาะ ไข่อ่อน มาทำความสะอาดให้ปราศจากกลิ่นคาวแล้วจึงนำไปต้มให้สุก นำมาหั่นเป็นชิ้นเล็กๆพอคำแล้วนำมาปรุงรสด้วยเครื่องปรุง เช่นเดียวกับลาบ จากนั้นจึงเติมเลือดหมูลงไป นอกจากจะใช้เนื้อหมู วัว

ควาย มาทำเป็นลาบแล้ว ในปัจจุบันชาวอีสานพลิกแพลงได้จากเนื้อสัตว์แทบทุกชนิด เช่น เป็ด ไก่ ปลา ฯลฯ

2.2.4.1 ลักษณะเฉพาะหรือลักษณะเด่นของอาหารพื้นบ้านอีสาน

รสชาติ

ถ้าเป็นอาหารประเภท ลาบ ก้อย ส้มตำ ฯลฯ จะมีรสจัด โดยเฉพาะรสเผ็ด เปรี้ยว เค็ม (น้ำ) พอดี ส่วนอาหารหวาน อาหารว่าง ไม่นิยมมันจัด หวานจัด

เครื่องปรุงรส

นิยมใช้สิ่งที่มีอยู่ในครัวเรือน เช่น เกลือและปลาร้าเป็นเครื่องปรุงรสสำหรับรสเค็ม (น้ำ) ถ้ารสเปรี้ยวนิยมใช้ผักที่มีตามธรรมชาติ เช่น ผักต้ว (ผักแต้ว) ผักส้มพอติ (ใบกระเจียว) ผักออกแอบ ลูกกะสัง (หมากสัง) ใบมะขามอ่อน ฯลฯ

ส่วนประกอบของเครื่องปรุง

อาหารพื้นบ้านบางชนิดไม่นิยมใช้กระเทียมเป็นส่วนประกอบของเครื่องปรุง เช่น ตำแตง หรือแกงอ่อม บางอย่างไม่ใช้กระเทียม จะใช้หอมแห้งหรือหอมสดแทน

ผัก

นิยมใช้ผักหลายๆชนิดปรุงในอาหาร เช่น แกงอ่อมชนิดต่างๆ

ไม่ใช้กะทิ

ไม่นิยมใช้กะทิเป็นหลักในการประกอบอาหาร และไม่ชอบอาหารที่มันจัด หรือ หวานจัด ถึงแม้จะเป็นอาหารหวานหรือขนมหวานก็ตาม

สัดส่วนในการปรุงอาหาร

ไม่ได้กำหนดไว้ตายตัว ส่วนมากจะใช้ความชำนาญ เช่น ได้กลิ่นก็ทราบได้ว่าอาหารชนิดนั้นจะมีรสเปรี้ยว เค็ม จัด หรือไหม้เกรียม หรือมีรสขม ก็สามารถบอกได้โดยไม่ต้องชิม เป็นต้น

ลักษณะอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว

ถ้าเป็นแกงจะมีน้ำพอกขลุกขลิกไม่ใช้น้ำมาก จะปรุงให้เหมาะสมที่จะใช้รับประทานเป็นกับข้าวเฉพาะกับข้าวเหนียวจิ้มเท่านั้น เช่น แกง อ่อมชนิดต่างๆ ห่อหมก และน้ำพริกต่างๆต้องปรุงไม่ให้มีน้ำมาก นอกจากอาหารจำพวกต้ม แกง ที่ต้องการชดน้ำโดยเฉพาะ เช่น ต้มไก่ใบมะขามอ่อน เป็นต้น

ความเชื่อ

ชาวบ้านมีความเชื่อเรื่องชื่ออาหารและพืชผักที่นำมาประกอบอาหารในงานต่างๆ เช่น ในงานมงคล งานแต่งงานและเลี้ยงพระ จะเลือกชื่ออาหารที่เป็นสิริมงคลกับตนเองและผู้มาร่วมงาน เช่น อาหารประเภท ลาบ มีชื่อที่บ่งบอกความหมายถึงความมีโชคลาภ หรือ ห่อหมก เชื่อว่า ถ้าประกอบอาหารชนิดนี้ขึ้นจะทำให้มีความสามัคคีรักใคร่ปรองดองกัน ดังสำนวนที่ว่า เออออห่อหมก เป็นต้น

ลักษณะวิธีการรับประทาน

ส่วนใหญ่จะนิยมปูเสื่อนั่งกับพื้นร่วมรับประทาน อาหารกันระหว่างครอบครัว พ่อแม่ พี่น้อง โดยจัดข้าวใส่ถ้วยจาน มีถาดรองรับเป็นสำรับ อาหารเรียกว่า “พาข้าว” สำหรับพานั้นก็ใช้ตาม

ฐานะของครอบครัว เช่น ใช้ไม้ไผ่สานขัดเป็นลวดลายสวยงามหรือใช้ไม้เนื้อแข็งกลึงอย่างสวยงาม บ้างทำด้วยหวาย บ้างทำด้วยไม้และหวาย ถ้ามีขารองรับยกขึ้นเหนือระดับพื้นก็เรียก “โตกพาข้าว” จากชื่อนี้ชาวไทยถิ่น พายัพ จึงได้เรียกขันโตกบ้าง ถิ่นอีสานเรียก โตกพาข้าวหรือพา (ตะวันตกลึงเหนื่อ) ข้าว ถ้าจัดสำหรับอาหารเย็นก็เรียกพาข้าวแลง ซึ่งคำว่า “แลง” หมายถึงตอนเย็น ถ้าตอนเช้าเรียกว่า พาข้าวกลางวัน คำว่า “งาย” หมายถึงช่วงระยะเวลาก่อนเพลหรือ นาฬิกา 11

2.3 การศึกษาข้อมูลด้านร้านอาหารอีสานในกรุงเทพมหานคร

2.3.1 ประเภทของร้านอาหารอีสานในกรุงเทพมหานคร

ร้านอาหารอีสานภายในกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายและกระจายตัวอยู่ทั่วทุกเขต มีความแตกต่างในด้านรูปแบบเป็นอย่างมาก ด้วยความหลากหลายของกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านความหลากหลายของภูมิลำเนา ความหลากหลายทางด้านฐานะความเป็นอยู่ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ความหลากหลายในด้านการประกอบอาชีพ เป็นต้น ซึ่งจากการลงพื้นที่และสืบค้นข้อมูลของผู้วิจัย สามารถแบ่งประเภทของร้านอาหารอีสาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

2.3.1.1 ร้านอาหารอีสานภายในห้างสรรพสินค้า

ร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะเป็นลักษณะร้านอาหารอีสานติดแอร์ อาจจะเป็นร้านอาหารอีสานที่อยู่ในศูนย์อาหารของห้างสรรพสินค้า หรือร้านอาหารอีสานที่มีแบรนด์เป็นร้านของตนเอง โดยมีพื้นที่ขายอยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารอีสานที่อยู่ในศูนย์อาหารของห้างสรรพสินค้า จะมีการตกแต่งหน้าร้านที่น้อย ใช้ผู้ประกอบการเพียงคนเดียวหรือสองคน สามารถเข้าถึงได้กับผู้บริโภคทุกกลุ่มที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยภายในห้างสรรพสินค้า ส่วนร้านที่เป็นของตนเองที่เปิดภายในห้างสรรพสินค้า นั้น ส่วนใหญ่จะมีแบรนด์ ที่มีความน่าเชื่อถือ มีระดับ และมีการตกแต่งร้านอย่างงดงาม มีพนักงานและพ่อครัวแม่ครัวที่มีมากกว่าร้านที่อยู่ในศูนย์อาหาร กลุ่มผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มชั้นกลางและชั้นสูงที่เข้ามารับประทานอาหารอีสานประเภทนี้



ภาพที่ 2.75 บรรยากาศภายในร้านอาหารอีสานในห้างสรรพสินค้า
ที่มา : <http://www.chillpainai.com> (2558)

2.3.1.2 ร้านอาหารอีสานขนาดใหญ่

ร้านอาหารอีสานประเภทจะมีลักษณะที่เป็นธุรกิจส่วนตัวหรือในครอบครัว มีพื้นที่และที่ตั้งบริเวณมาก เปิดบริการเป็นร้านอาหารอีสานขนาดใหญ่ มีการตกแต่งที่สวยงาม และมีพนักงานมาก ไม่ว่าจะเป็นพ่อครัว แม่ครัว พนักงานเสิร์ฟ พนักงานทำความสะอาด เป็นต้น ร้านอาหารอีสานประเภทนี้อาจจะมีเมนูอื่นๆมาประกอบ อาจจะเป็นอาหารกลางๆที่ผู้บริโภคสามารถรับประทานร่วมกับอาหารอีสานได้ เพราะร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะมีผู้บริโภคนัดหมายมารับประทานเพื่อพบปะ สังสรรค์และประชุม จึงอาจจะมีเมนูอื่นๆที่เข้ามาแทรกรายการอาหารอีสาน ร้านอาหารอีสานประเภทนี้อาจจะมีทั้งรูปแบบที่ติดเครื่องปรับอากาศ และแบบที่ไม่ติดเครื่องปรับอากาศ มีที่จอดรถสำหรับผู้บริโภคอย่างเพียงพอ



ภาพที่ 2.76 บรรยากาศภายในร้านอาหารอีสานขนาดใหญ่
ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

2.3.1.3 ร้านอาหารอีสานขนาดกลาง

ร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะอยู่ตามริมทางแต่ร้านมีขนาดไม่ใหญ่มาก ไม่ติดเครื่องปรับอากาศ มีจำนวนโต๊ะรับประทานอาหารพอสมควร ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ปรุงอาหารเอง และมีลูกจ้างที่มีหน้าที่คอยเสิร์ฟ และคอยทำความสะอาด เท่านั้น มีการตกแต่งร้านพอสมควร สถานที่จอดรถมีแต่มีพื้นที่ไม่มากนัก มีรูปแบบร้านหลายรูปแบบตามลักษณะของสถานที่ที่ร้านอาหารอีสานขนาดกลางนี้ตั้งอยู่ อาจจะมีทั้งแบบเพิงไม้ ร้านที่อยู่ในตึกแถว หรือร้านที่อยู่ในบริเวณบ้านของผู้ประกอบการ หรือร้านในลักษณะที่ทางเดินแล้วตั้งร้านอยู่ เป็นต้น



ภาพที่ 2.77 ร้านอาหารอีสานขนาดกลาง

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)



ภาพที่ 2.78 ร้านอาหารอีสานขนาดกลาง

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

2.3.1.4 ร้านอาหารอีสานขนาดเล็ก

ร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะเป็นร้านอาหารที่มีลักษณะเป็นเพิงเล็กๆ อยู่ตามริมทางหรือตรอกซอกซอย ในบางครั้งก็เป็นแผงขายอยู่ตามตลาดนัด ซึ่งจะมีผู้ประกอบการเพียงหนึ่งหรือสองคน ไม่มีการจ้างลูกจ้างมาช่วยในการประกอบกิจการ ร้านอาหารอีสานประเภทนี้ไม่เน้นการตกแต่ง เน้นความเรียบง่าย โต๊ะรับประทานอาหารมีจำนวนน้อย ไม่ถึงสิบที่ และไม่มีที่จอดรถ ลักษณะการขายอาจจะซื้อแล้วรับประทานในร้านหรือซื้อแล้วนำกลับไปรับประทานที่บ้านก็สามารถทำได้ แต่ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เข้ามาในร้านอาหารอีสานขนาดเล็กนี้จะซื้อแล้วนำไปรับประทานที่บ้านมากกว่า



ภาพที่ 2.79 ร้านอาหารอีสานขนาดเล็ก

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

2.3.1.5 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่

ร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ที่เป็นร้านอาหารอีสานที่ใช้ผู้ประกอบการเพียงหนึ่งหรือสองคน เคลื่อนที่ขายไปยังจุดและบริเวณต่างๆสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วโดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องไปเสาะแสวงหา เพื่อให้ได้มาซึ่งอาหารอีสาน แต่ร้านอาหารอีสานประเภทนี้เองที่จะเข้าไปหาผู้บริโภคอย่างถึงที่บางครั้งไปถึงหน้าบ้านหรือไปจอดตามบริเวณที่เป็นตำแหน่งขายประจำ ซึ่งสามารถเข้าถึงได้กับผู้บริโภคในทุกกลุ่ม และมีรูปแบบของการเคลื่อนที่ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น รถใหญ่ มอเตอร์ไซค์ รถถีบ และแบบรถเข็น เป็นต้น



ภาพที่ 2.80 ร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่

ภาพโดย : สัญญา สีสอาด (2558)

2.3.2 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่

ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่ เป็นร้านอาหารอีสานอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งมีลักษณะการขายโดยการเคลื่อนที่ไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นไปในลักษณะที่ผู้ประกอบการจะต้องเข้าไปหาผู้บริโภค ซึ่งแตกต่างจากร้านอาหารอีสานที่ตั้งถาวร จะมีลักษณะที่ผู้บริโภคเป็นฝ่ายเข้ามา ร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่มีความโดดเด่นตรงที่สามารถเคลื่อนที่ไปที่ใดก็ได้ จึงทำให้ร้านอาหารอีสานนั้นเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว เข้าถึงได้ทุกกลุ่มผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภคได้ใกล้ชิดกับผู้ขาย ได้เข้ามาชิมรอม มาเห็น มาสัมผัสถึงวัฒนธรรมอาหารอีสานได้โดยง่ายมากกว่าการไปนั่งรอรับประทานในร้านใหญ่ๆ ซึ่งร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่สามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

2.3.2.1 ประเภทเคลื่อนที่ขนาดใหญ่แบบตระเวน

ร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ประเภทนี้จะนิยมใช้รถกระบะหรือรถขนาดเล็กที่เกิดการดัดแปลง เพื่อใช้ในการขายอาหารอีสาน ซึ่งมีส่วนของการประกอบอาหารและการขายอย่างบริเวณกระบะ หรือด้านท้ายของรถ ตระเวนขายไปตามสถานที่ต่างๆโดยไม่เจาะจงหรือยึดสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นหลักในการขาย สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจะมีมากกว่าหนึ่งคน โดยจะมีผู้ขับรถและผู้ที่ยืนประกอบอาหารอยู่ทางด้านหลัง เมื่อทำการจอดบริการก็ลงมาช่วยกันปรุงอาหาร มีความคล้ายคลึงกับรถกับข้าวแต่เป็นการขายอาหารอีสานแทน ซึ่งการประกอบการร้านอาหารอีสานประเภทนี้ ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทั้งเรื่องของรถที่ใช้ในการประกอบการ การปรับเปลี่ยนพื้นที่ส่วนท้ายรถให้เป็นส่วนประกอบอาหาร การลงทุนในเรื่องของค่าน้ำมันที่ใช้ในการตระเวนขายไปยังที่ต่างๆในหนึ่งวัน และการตกแต่งตัวรถให้มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์หรือลวดลายต่างๆ เป็นต้น

2.3.2.2 ประเภทเคลื่อนที่ขนาดใหญ่ที่มาจอดทำการขายตามจุดประจำ

ร้านขายอาหารประเภทนี้ใช้รถกระบะหรือรถขนาดเล็กที่เกิดการดัดแปลงมาแล้ว แต่ลักษณะของการขายจะไม่ตระเวนไปตามที่ต่างๆแต่จะมาจอด ณ จุดที่มาขายเป็นประจำและทำการขาย รอไปจอดตามตลาดใหญ่ๆ ด้วยความที่เคลื่อนที่มาจอด ณ จุดขายประจำ จึงทำให้ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในเรื่องของน้ำมันเวลาผ่านไปวันละตระเวน แต่ร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะต้องมีอาหาร

บรรทุกอุปกรณ์โต๊ะ เก้าอี้ ที่ใช้ในการรับประทานไปด้วย เพื่อทำการติดตั้งที่นั่งรับประทานในบริเวณที่รถไปจอดทำการขาย สถานที่ไปจอดควรมีพื้นที่ที่กว้างพอสมควรสำหรับจอดรถและสำหรับวางโต๊ะรับประทานอาหารอีสานได้ ผู้ประกอบการบางรายอาจจะทำเป็นโต๊ะเตี้ย หรือบางรายอาจจะทำเป็นโต๊ะสูง บางก็มีเสื่อบริการให้นั่งกินในแบบอีสานดั้งเดิม

2.3.2.3 ประเภทเคลื่อนที่ขนาดเล็กตระเวน

ร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ประเภทนี้จะนิยมใช้รถมอเตอร์ไซค์หรือรถถีบ (รถจักรยานดัดแปลงเพื่อการขายอาหารอีสาน) โดยจะมี 2 ส่วน คือ ส่วนของตัวรถที่ใช้ในการขับเคลื่อนที่และส่วนของการขายอาหาร ซึ่งจะต้องมีระบบการต่อติดทั้งสองส่วนนี้เข้าไปด้วยกัน ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากทั้งระบบการต่อติดและส่วนของการขายอาหารที่จะมีรูปแบบที่หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ในปัจจุบันรูปแบบของส่วนที่ใช้ในการประกอบการขายนั้นจะเป็นโครงเหล็กมีหลังคาไว้สำหรับกันแดดกันฝน พื้นบริเวณการประกอบอาหารจะเป็นลักษณะของแผ่นโลหะ ผู้ประกอบการบางรายอาจจะไปคนเดียวหรือไปสองคนเพื่อช่วยกันในการประกอบการขาย ซึ่งจะไม่ไปในจำนวนที่มากกว่านี้ ร้านอาหารอีสานประเภทนี้มีความสามารถในการตระเวนขายไปตามสถานที่ต่างๆโดยไม่เจาะจงหรือยึดสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นหลักในการขาย สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญสามารถเข้าถึงตรอกซอกซอยเล็กๆได้อย่างคล่องตัว สามารถถอดบริการได้หลายสภาพพื้นที่มากกว่าร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ขนาดใหญ่ แต่ความรวดเร็วว่องไว ร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ขนาดเล็กจะมีมากกว่า



ภาพที่ 2.81 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่ขนาดเล็กแบบตระเวน

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

2.3.2.4 ประเภทเคลื่อนที่ขนาดเล็กที่มาจอดทำการขายตามจุดประจำ

ร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะมีทั้งรูปแบบที่เป็นรถใหญ่ มอเตอร์ไซค์ รถถีบ และแบบรถเข็น มีความเป็นลักษณะเฉพาะคือ สามารถเคลื่อนที่ได้แต่จะใช้ในการเคลื่อนที่ไปขายและเคลื่อนที่กลับไปยังที่พักของตน การขายอาหารประเภทนี้จะมีลักษณะที่ไปจอดตามจุดประจำที่ผู้ประกอบการไปขาย ไม่ว่าจะเป็นการไปจอดตามข้างทางหรือบาทวิถี ไปจอดตามสถานที่ที่มีให้เช่าพื้นที่ขาย ไปจอดตามตลาดนัด หรือตามงานสำคัญต่างๆ และสุดท้ายไปจอดประจำตามหมู่บ้านหรือชุมชน ซึ่งเมื่อทำการขายเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้นผู้ประกอบการก็จะสามารถเคลื่อนที่ร้านของตนเองกลับไปยังที่พักเพื่อเตรียมการขายสำหรับวันต่อไป ร้านอาหารอีสานประเภทนี้จะมีการเข้าถึงจุดต่างๆ ได้ดี และสามารถสร้างความสนิทสนมแก่บุคคลรอบข้างภายในบริเวณที่ไปจัดจำหน่าย ซึ่งจะสามารถถ่ายทอดและแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นอีสานให้กับผู้บริโภคได้ ด้วยความที่หลากหลายของลักษณะการเคลื่อนที่ ก็จะสามารถไปจอดทำการขาย ณ จุดต่างๆ ได้อย่างเป็นวงกว้างและกระจายไปได้อย่างมากในทุกกลุ่มผู้บริโภค บางร้านอาจจะมีการบรรทุกส่วนของโต๊ะเก้าอี้เพื่อให้ผู้บริโภคมานั่งรับประทาน บริเวณที่ร้านไปจอดบริการอยู่ได้เลย บางร้านก็อาจจะไม่มีในส่วนนี้



ภาพที่ 2.82 ร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่ขนาดเล็กแบบจอดขายประจำจุด

ภาพโดย : สัจฉรญา สีสอาด (2558)

2.3.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในกิจการร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่

2.3.3.1 รถที่ใช้ในการประกอบการ

รถกระบะ



ภาพที่ 2.83 รถกระบะสำหรับการขายอาหาร

ที่มา : m.postfreeplaza.com

รถดัดแปลง



ภาพที่ 2.84 รถดัดแปลงเพื่อใช้ในการขายอาหาร

ที่มา : www.aswinthai.com

รถมอเตอร์ไซค์



ภาพที่ 2.85 รถมอเตอร์ไซค์เพื่อใช้ในการขายอาหาร
ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

รถเข็น



ภาพที่ 2.86 รถเข็นที่ใช้ในการขายอาหาร
ที่มา : yellowgreenthailand.com

2.3.3.2 พื้นที่ทำการขายอาหาร



ภาพที่ 2.87 พื้นที่ต่อติดกับมอเตอร์ไซค์เพื่อขายอาหาร
ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

2.3.3.3 อุปกรณ์สำหรับนั่งรับประทานอาหาร โต๊ะพับ



ภาพที่ 2.88 โต๊ะพับในร้านอาหาร
ที่มา : www.jindaplastic.com

เก้าอี้พับ



ภาพที่ 2.89 เก้าอี้พับในร้านอาหาร
ที่มา : www.erento.com

ร่ม



ภาพที่ 2.90 ร่มกางในร้านอาหาร
ที่มา : www.13estumbrella.com

ช้อนส้อมตะเกียบ



ภาพที่ 2.91 อุปกรณ์ช้อน ส้อม และตะเกียบ

ภาพโดย : สัณญา สีสะอาด (2558)

ภาชนะใส่ผักสดบนโต๊ะอาหาร



ภาพที่ 2.92 ตะกร้าสำหรับใส่ผักสดรับประทานบนโต๊ะอาหาร

ภาพโดย : สัณญา สีสะอาด (2558)

หวดนั่งข้าวเหนียว



ภาพที่ 2.93 หวดนั่งข้าวเหนียว
ที่มา : chm.forest.go.th

ถ้วย จาน ซาม



ภาพที่ 2.94 อุปกรณ์ถ้วย จาน ซาม
ภาพโดย : สันตยา สีสอาด (2558)

ลังโฟมใส่ของสด



ภาพที่ 2.95 ลังโฟมสำหรับเก็บของสด
ที่มา : www.asiapolyplastic.co.th

2.3.3.4 อุปกรณ์ในการประกอบอาหาร ครกกับสาก



ภาพที่ 2.96 ครกกับสากที่ใช้ในการประกอบอาหาร
ภาพโดย : สัณญา สีสะอาด (2558)

หม้อ



ภาพที่ 2.97 หม้อที่ใช้ในการประกอบอาหาร
ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

ถังแก๊สและเตาแก๊ส



ภาพที่ 2.98 เตาก๊าซและถังแก๊ส
ที่มา : buzzsocial123.com

เตาถ่าน



ภาพที่ 2.99 เตาถ่านใช้ในการปิ้งหรือย่าง
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2558)

ตะแกรง



ภาพที่ 2.100 ตะแกรงใช้ในการปิ้งหรือย่าง
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2558)

เขียงกับมีด



ภาพที่ 2.101 เขียงกับมีด

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

ถาดสำหรับใส่ของสด



ภาพที่ 2.102 ถาดสำหรับใส่ของสด

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

หม้อสำหรับทำลาบหรือรวนของสด



ภาพที่ 2.103 หม้อเล็กที่ใช้ในการรวนหรือทำลาบน้ำตก

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2558)

กระบิบข้าวเหนียว



ภาพที่ 2.104 กระบิบข้าวเหนียว

ที่มา : พจนานุกรมหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2542)

2.4 การศึกษาข้อมูลด้านกฎหมายเทศบัญญัติ

2.4.1 เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พ.ศ.2519

โดยที่เป็นการสมควรตราข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขายในเขตกรุงเทพมหานคร

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 67 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2518 และมาตรา 49 แห่งพระราชบัญญัติสาธารณสุข พุทธศักราช 2484 กรุงเทพมหานคร โดยได้รับความเห็นชอบจากสภากรุงเทพมหานคร จึงตราข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครขึ้นไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ให้เรียกว่า “ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมผู้เร่ขาย พ.ศ.2519”

ข้อ 2 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ให้ใช้บังคับในเขตกรุงเทพมหานครตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาและกรุงเทพมหานครเป็นต้นไป

ข้อ 3 นับแต่วันที่ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ใช้บังคับเป็นต้นไป ให้ยกเลิก

(1)เทศบัญญัติของเทศบาลนครกรุงเทพ เรื่อง การเร่ขาย พุทธศักราช 2484

(2)เทศบัญญัติของเทศบาลนครกรุงเทพ เรื่อง การเร่ขาย ฉบับที่ 2

พุทธศักราช 2488

(3)เทศบัญญัติของเทศบาลนครกรุงเทพ เรื่อง การเร่ขาย ฉบับที่ 3

พุทธศักราช 2492

(4)เทศบัญญัติของเทศบาลนครกรุงเทพ เรื่อง การเร่ขาย ฉบับที่ 4

พุทธศักราช 2505

(5)เทศบัญญัติของเทศบาลนครธนบุรี เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พุทธศักราช 2487

(6)เทศบัญญัติของเทศบาลนครธนบุรี เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย ฉบับที่ 2 พุทธศักราช

2487

(7) ข้อบังคับสุขาภิบาลมีนบุรี เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พุทธศักราช 2499

(8) ข้อบังคับสุขาภิบาลบางแค เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พุทธศักราช 2499

(9) ข้อบังคับสุขาภิบาลราษฎร์บูรณะ เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พุทธศักราช 2500

(10) ข้อบังคับสุขาภิบาลอนุสาวรีย์ (บางเขน) เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พุทธศักราช

2502

(11) ข้อบังคับสุขาภิบาลบางกะปิ เรื่อง การเร่ขาย พุทธศักราช 2504

(12) ข้อบังคับสุขาภิบาลหนองจอก เรื่อง ควบคุมผู้เร่ขาย พุทธศักราช 2514

บรรดาข้อบัญญัติ เทศบัญญัติ กฎ ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่งอื่นๆ ในส่วนที่ได้ตราไว้แล้ว ในข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ ให้ใช้ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้

“ผู้เร่ขาย” หมายความว่า ผู้นำ อาหาร น้ำแข็ง เร่ขายในที่ต่างๆไม่ว่าทางบกหรือทางน้ำ

ข้อ 5 ห้ามมิให้ผู้ใดเป็นผู้เร่ขาย เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ใดเป็นผู้เร่ขายอยู่แล้ว ก่อนวันใช้ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ ต้องขอรับใบอนุญาต ภายในกำหนดเก้าสิบวัน นับแต่วันใช้ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้

ข้อ 6 ในการขอรับใบอนุญาตเป็นผู้เร่ขาย ให้ทำเรื่องรាយยื่นต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครด้วยตนเอง ตามแบบที่กำหนดพร้อมด้วยรูปถ่ายหน้าตรงครึ่งตัว ไม่สวมหมวก ขนาด “1 นิ้ว x 1 นิ้วครึ่ง” สองรูป เพื่อปิดไว้ในใบอนุญาตที่ออกให้หนึ่งรูป กับในทะเบียนของกรุงเทพมหานครอีกหนึ่งรูป เมื่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเห็นสมควรและผู้ขอรับใบอนุญาตไม่เป็นผู้ต้องห้าม ตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติสาธารณสุข พุทธศักราช 2484 ก็ให้ออกใบอนุญาตได้ตามแบบที่กำหนดไว้

ข้อ 7 ในขณะที่ทำการเร่ขาย ผู้เร่ขายต้องแสดงใบอนุญาตของตนได้เสมอ และต้องทำการเร่ขายตามประเภทของสินค้าและลักษณะการเร่ขายที่ได้รับอนุญาต

ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตประสงค์จะเปลี่ยนแปลงประเภทของสินค้า หรือลักษณะการเร่ขาย ให้ยื่นคำร้องต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแก้ไขใบอนุญาต โดยไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียม

ข้อ 8 ใบอนุญาตฉบับหนึ่งให้ใช้ได้เฉพาะผู้รับใบอนุญาตกับผู้ช่วยซึ่งระบุนามไว้ในใบอนุญาตไม่เกินสองคน และให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฉบับละ 1.00 บาท

ข้อ 9 ผู้รับใบอนุญาตเร่ขายและผู้ช่วยจะต้องปฏิบัติดังนี้

- (1) แต่งกายให้สะอาด และเรียบร้อยขณะทำการเร่ขาย
- (2) รักษาเครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการเร่ขายให้สะอาด
- (3) ใช้เครื่องปกปิดอาหาร น้ำแข็ง เครื่องปรุงอาหาร และภาชนะใส่อาหาร เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับประกอบอาหาร ให้พื้นผิวนสะอาด แฉกวันและสัตว์ซึ่งเป็นพาหะนำโรครวมทั้งรักษาเครื่องปกปิดนั้นไว้ให้สะอาดและใช้การได้ดีเสมอ
- (4) ใช้น้ำสะอาดล้างน้ำแข็งตลอดจนในการประกอบ ปรุง แخذ ล้างอาหาร และภาชนะเครื่องใช้
- (5) ใช้ภาชนะที่สะอาดสำหรับใส่ของบริโภคหรือเพื่อประกอบปรุงอาหาร
- (6) ใช้วัตถุที่สะอาด ห่อ หรือใส่ของที่ขาย
- (7) จัดให้มีที่รองรับมูลฝอยอันได้สุกลักษณะไว้ให้เพียงพอ
- (8) ปฏิบัติการอื่นใดให้ต้องด้วยสุกลักษณะ ตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุขหรือตามคำสั่งของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ข้อ 10 ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตทอดทิ้งวัตถุที่ใช้ในการระบายไว้ดดยปราศจากการควบคุมหรือดูแลไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น

ข้อ 11 ห้ามผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ช่วยทำการระบาย เมื่อมีเหตุควรเชื่อว่าตนเป็นโรคติดต่อซึ่งระบุไว้ตามข้อนี้ หรือเมื่อเจ้าพนักงานสาธารณสุขได้ตรวจปรากฏว่าตนเป็นพาหะและได้รับแจ้งความเป็นหนังสือแล้วว่าตรวจพบพาหะของโรคติดต่อ ซึ่งระบุไว้ดังต่อไปนี้ คือ

- (1) วัณโรค
- (2) อหิวาตกโรค
- (3) ไข้ไทฟอยด์
- (4) โรคบิด
- (5) ไข้สุกใส
- (6) ไข้หัด
- (7) โรคคางทูม
- (8) โรคเรื้อน
- (9) โรคผิวหนังที่น่ารังเกียจ

ข้อ 12 ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ช่วยทำการระบายในที่ซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้ประกาศห้ามไว้

ข้อ 13 ให้ผู้รับใบอนุญาตทำการระบายได้ตั้งแต่เวลา 04.00 น. ถึง 24.00 น. ในกรณีที่มิงานเทศกาล ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีอำนาจขยายเวลาและกำหนดสถานที่หรือบริเวณให้ขายได้เป็นพิเศษชั่วคราว

ข้อ 14 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ในข้อหนึ่งข้อใดมีความผิดตามมาตรา 67 แห่งพระราชบัญญัติสาธารณสุข พุทธศักราช 2484

ข้อ 15 ผู้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ระบายคนใดกระทำความผิดโดยฝ่าฝืนข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ข้อหนึ่งข้อใด ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตได้คราวหนึ่งไม่เกินสิบห้าวัน ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตมาสองครั้งแล้วถ้ากระทำความผิดอีก ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจะสั่งให้เพิกถอนใบอนุญาตแทนการสั่งพักใช้ก็ได้

ข้อ 16 เมื่อปรากฏว่า ผู้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ระบายคนใดเป็นโรคติดต่อ หรือเป็นพาหะโรคติดต่อที่ระบุไว้ในข้อ 11 ซึ่งเจ้าพนักงานสาธารณสุขเห็นว่าถ้าอนุญาตให้เป็นผู้ระบายต่อไปจะเป็นอันตรายแก่สุขภาพของประชาชน ให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีอำนาจสั่งให้เพิกถอนใบอนุญาตของผู้นั้นเสีย

ข้อ 17 บรรดาใบอนุญาตผู้ระบายที่ได้ออกก่อนวันใช้ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้ให้คงใช้ต่อไปจนสิ้นอายุใบอนุญาตนั้น

ข้อ 18 ให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีหน้าที่รักษาการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนี้และให้มีอำนาจออกข้อบังคับตามที่เห็นสมควร

2.4.2 เรื่อง การจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ พ.ศ.2545

โดยที่เป็นการสมควรตราข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครว่าด้วยการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 มาตรา 54 มาตรา 55 และมาตรา 58 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ประกอบกับมาตรา 97 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 กรุงเทพมหานครโดยความเห็นชอบของสภากรุงเทพมหานคร จึงตราข้อบัญญัติขึ้นไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัตินี้เรียกว่า “ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง การจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ พ.ศ. 2545”

ข้อ 2 ข้อบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหกสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ 3 บรรดาข้อบัญญัติ เทศบัญญัติ กฎ ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่งอื่นใดในส่วนที่ตราไว้แล้วในข้อบัญญัตินี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบัญญัตินี้ ให้ใช้ข้อบัญญัตินี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบัญญัตินี้

“ที่หรือทางสาธารณะ” หมายความว่า สถานที่หรือทางซึ่งมิใช่เป็นของเอกชนและประชาชนสามารถใช้ประโยชน์หรือใช้สัญจรได้

“อาหาร” หมายความว่า ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

(1) วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ หรือในรูปลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สีและเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

“มูลฝอย” หมายความว่า เศษกระดาษ เศษผ้า เศษอาหาร เศษสินค้า ถุงพลาสติก ภาชนะที่ใส่อาหาร ถ้ำ มูลสัตว์ หรือซากสัตว์ รวมตลอดถึงสิ่งอื่นใดที่เก็บกวาดจากถนน ตลาด ที่เลี้ยงสัตว์ หรือที่อื่น

“เจ้าพนักงานท้องถิ่น” หมายความว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

“เจ้าพนักงานสาธารณสุข” หมายความว่า เจ้าพนักงานซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

ข้อ 5 ห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายโดยลักษณะวิธีการจัดวางสินค้าในที่หนึ่งใดที่เป็นปกติหรือเร่ขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น

ข้อ 6 การจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ผู้จำหน่ายและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าจะต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

- (1) แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย
- (2) จัดวางสิ่งของ อุปกรณ์ประกอบการค้าและทรัพย์สินใดๆ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ยี่นล้ำบริเวณที่กำหนด รวมทั้งตัวผู้ค้าต้องไม่ล้ำลงมาในผิวจราจร
- (3) แผงสำหรับวางขาย เช่น แคร่ แท่น โต๊ะ รถเข็น ต้องทำด้วยวัสดุที่แข็งแรง มีขนาดและความสูงจากพื้นตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด
- (4) รักษาความสะอาดบริเวณที่จำหน่ายสินค้าอยู่เสมอทั้งในระหว่างทำการค้าและหลังจากเลิกทำการค้า
- (5) จัดให้มีภาชนะรองรับมูลฝอยที่ถูกต้องด้วยสัญลักษณ์ไว้ให้เพียงพอ
- (6) ให้จัดวางสินค้าที่จำหน่ายบนแผงหรือจัดวางในลักษณะอื่นตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด
- (7) ห้ามกระทำการใดๆ กับต้นไม้หรือคอกต้นไม้ เช่น พาด ติดตั้ง วางแผงค้าหรือเกาะเกี่ยวสายไฟฟ้า หลอดไฟฟ้าหรืออุปกรณ์ประกอบการค้า รวมตลอดถึงการตอกตะปู ผูกเชือกหรือยึด สิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเด็ดขาด
- (8) ห้ามใช้เครื่องกำเนิดไฟฟ้า เครื่องขยายเสียงหรือเปิดวิทยุเทปหรือกระทำโดยวิธีอื่นใดที่ก่อให้เกิดเสียงดังจนเกิดเหตุรำคาญแก่ผู้อื่น
- (9) หลังจากเลิกทำการค้าต้องเก็บวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบการค้าออกจากบริเวณที่อนุญาตให้แล้วเสร็จโดยไม่ชักช้า
- (10) หยุดประกอบการค้าเพื่อประโยชน์ทางด้านสุขลักษณะ การรักษาความสะอาด สาธารณประโยชน์หรือประโยชน์ของทางราชการตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด
- (11) ปฏิบัติการอื่นใดตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข คำสั่งเจ้าพนักงานท้องถิ่น รวมทั้งระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของกรุงเทพมหานคร

ข้อ 7 การจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารในที่หรือทางสาธารณะ ผู้จำหน่ายและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าจะต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

- (1) ปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ 6 (1) ถึง (11)
- (2) แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีแขน สวมผ้ากันเปื้อนที่สะอาด สุภาพเรียบร้อย และสวมรองเท้าหุ้มส้น มีสิ่งปกปิดเส้นผมมิให้ตกลงปนเปื้อนในอาหาร
- (3) รักษาความสะอาดมือและเล็บ ถ้ามีบาดแผล หรือถูกฉีก หรือระคายเคือง ผิวหนังบริเวณมือหรือนิ้วมือต้องทำแผลให้เรียบร้อย
- (4) ไม่สูบบุหรี่ ขบเคี้ยว รับประทานอาหารในขณะที่เตรียม ทำ ประกอบ ปปรุงหรือจำหน่ายอาหาร หรือไม่ไอจามรดบนอาหาร

(5) ที่เตรียม ทำ ประกอบ ปู และแผงวางจำหน่ายอาหาร ต้องสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตรและจัดให้มีการป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ รวมทั้งป้องกันไม่ให้เกิดเหตุรำคาญเนื่องจากการจำหน่าย ทำ ประกอบ ปู และเก็บอาหาร

(6) การจำหน่ายอาหารที่ต้องมีการล้างเครื่องมือ เครื่องใช้ ภาชนะและอุปกรณ์ ต้องไม่ถ่ายเทน้ำที่มีเศษอาหารหรือไขมันลงพื้นหรือลงสู่ท่อหรือทางระบายน้ำสาธารณะ

(7) รักษาเครื่องมือ เครื่องใช้ ภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการจำหน่ายอาหารให้สะอาดและใช้การได้ที่อยู่เสมอ

(8) ให้ปกปิดอาหาร เครื่องปรุงอาหาร ภาชนะใส่อาหาร เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับประกอบอาหาร ด้วยอุปกรณ์ที่สามารถป้องกันฝุ่นละออง แมลงวัน สัตว์และสิ่งซึ่งเป็นพาหะนำโรครวมทั้งดูแลรักษาให้สะอาด และใช้การได้ที่อยู่เสมอ

(9) ใช้น้ำสะอาดในการทำ ประกอบ ปู แซ่ ล้างอาหาร เครื่องมือ เครื่องใช้ ภาชนะ และอุปกรณ์

(10) ใช้น้ำสด เครื่องมือ เครื่องใช้ ภาชนะและอุปกรณ์ที่สะอาด ปลอดภัย สำหรับใส่หรือเตรียมทำ ประกอบ ปู และจำหน่ายอาหาร

(11) จัดให้มีที่รองรับมูลฝอยที่ถูกสุขลักษณะไว้ให้เพียงพอและไม่ถ่ายเททิ้งลงในท่อหรือทางระบายน้ำหรือทางสาธารณะ

(12) ปฏิบัติการอื่นใดตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข คำสั่งเจ้าพนักงานท้องถิ่น รวมทั้งระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของกรุงเทพมหานคร

ข้อ 8 การร่ายขายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ผู้จำหน่ายและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า จะต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

(1) จำหน่ายสินค้าในบริเวณที่ได้รับอนุญาต

(2) ต้องแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย

(3) มูลฝอยจากการร่ายขาย ห้ามทิ้งลงในพื้นในที่หรือทางสาธารณะ

(4) ในขณะที่ร่ายขาย การใช้เครื่องขยายเสียงหรือเปิดวิทยุเทปหรือส่งเสียงต้องไม่ดังจนเกิดเหตุรำคาญแก่ผู้อื่น

(5) หยุดประกอบการค้าเพื่อประโยชน์ทางด้านสุขลักษณะ การรักษาความสะอาด สาธารณประโยชน์หรือประโยชน์ของทางราชการตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด

(6) ปฏิบัติการอื่นใดตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข คำสั่งเจ้าพนักงานท้องถิ่น รวมทั้งระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของกรุงเทพมหานคร

ข้อ 9 การร่ายขายสินค้าประเภทอาหารในที่หรือทางสาธารณะ ผู้จำหน่ายและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า ต้องปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

(1) ปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในข้อ 7 (1) ถึง (5)

(2) อาหารที่ร่ายขายต้องสะอาดปลอดภัย

(3) ใช้น้ำสด ภาชนะ หีบห่อ ที่สะอาดปลอดภัยสำหรับใส่อาหาร

(4) ดูแลรักษาเครื่องมือ เครื่องใช้ ภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการเร่ขายอาหารให้สะอาดและใช้การได้ด้อยู่เสมอ

(5) แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีแขน และสวมผ้ากันเปื้อนที่สะอาด สุภาพเรียบร้อย

(6) รักษาความสะอาดมือและเล็บ ถ้ามีบาดแผล หรือถูกสกวก หรือระคายเคืองผิวหนังบริเวณมือหรือนิ้วต้องทำแผลให้เรียบร้อย

(7) ไม่สูบบุหรี่ หรือไอจามรดบนอาหารขณะขาย

(8) ปฏิบัติการอื่นใดตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข คำสั่งเจ้าพนักงานท้องถิ่น รวมทั้งระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของกรุงเทพมหานคร

ข้อ 10 ห้ามผู้จำหน่ายและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าประกอบกิจการเมื่อมีเหตุควรเชื่อว่าเป็นโรคติดต่อหรือเมื่อเจ้าพนักงานสาธารณสุขได้ตรวจพบว่าเป็นพาหะของโรคติดต่อ ดังต่อไปนี้

(1) วัณโรค

(2) อหิวาตกโรค

(3) ไข้รากสาดน้อย (ไทฟอยด์)

(4) โรคบิด

(5) ไข้สวกใส

(6) โรคคางทูม

(7) โรคเรื้อน

(8) โรคผิวหนังที่น่ารังเกียจ

(9) โรคตับอักเสบที่เกิดจากไวรัส

(10) โรคอื่นๆตามที่ทางราชการกำหนด

ข้อ 11 ผู้ขอรับใบอนุญาตและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

(1) เป็นผู้มีสัญชาติไทย

(2) ต้องไม่เป็นโรคติดต่อหรือพาหะของโรคติดต่อตามที่กำหนดไว้ในข้อ 10

(3) เงื่อนไขอื่นตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 12 ผู้ใดประสงค์จะจำหน่ายสินค้าหรือเร่ขายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบพร้อมทั้งหลักฐานตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 13 เมื่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำขอรับใบอนุญาตแล้ว ปรากฏว่า ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ให้ออกใบอนุญาตบัตรประจำตัวผู้ได้รับใบอนุญาตและบัตรประจำตัวผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด แล้วแต่กรณีเงื่อนไขและวิธีการรับใบอนุญาตและการชำระค่าธรรมเนียมให้เป็นไปตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 14 ในขณะที่ทำการจำหน่ายสินค้าหรือเร่ขายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องแสดงใบอนุญาตตลอดเวลาที่ทำการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะตามประเภท

สินค้าและลักษณะการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะที่ได้รับอนุญาตผู้ได้รับอนุญาตหรือผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะต้องติดบัตรประจำตัวผู้ได้รับอนุญาต หรือบัตรประจำตัวผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าไว้ที่หน้าอกเสื้อด้านซ้ายตลอดเวลาที่จำหน่ายสินค้า

ข้อ 15 ใบอนุญาตฉบับหนึ่งให้ใช้ได้เฉพาะผู้ได้รับใบอนุญาตกับผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า ในที่หรือทางสาธารณะซึ่งระบุไว้ในใบอนุญาต

ข้อ 16 เมื่อผู้ได้รับใบอนุญาตประสงค์จะขอต่ออายุใบอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าหรือเรขายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ให้ยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด พร้อมกับเสียค่าธรรมเนียมตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครว่าด้วยค่าธรรมเนียมตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ

ข้อ 17 ใบอนุญาต บัตรประจำตัวผู้ได้รับใบอนุญาต บัตรประจำตัวผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าให้มีอายุหนึ่งปี นับแต่วันที่ออกใบอนุญาต หรือวันออกบัตร

ข้อ 18 เมื่อผู้ได้รับใบอนุญาตไม่ประสงค์จะประกอบกิจการอีกต่อไป ให้ยื่นคำขอบอกเลิกการดำเนินกิจการต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด ก่อนถึงกำหนดเสียค่าธรรมเนียมครั้งต่อไป

ข้อ 19 หากผู้ได้รับใบอนุญาตประสงค์จะเปลี่ยนแปลงชนิดหรือประเภทสินค้าหรือลักษณะวิธีการจำหน่ายหรือสถานที่จัดวางสินค้าให้แตกต่างไปจากที่ระบุไว้ในใบอนุญาตหรือรายการอื่นใดให้ยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น ตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 20 ในกรณีที่ใบอนุญาต บัตรประจำตัวผู้รับใบอนุญาต หรือบัตรประจำตัวผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญ ผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด เพื่อขอรับใบแทนใบอนุญาต บัตรประจำตัวผู้ได้รับอนุญาต หรือบัตรประจำตัวผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า แล้วแต่กรณี ภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้ทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญ

การออกใบแทนใบอนุญาต บัตรประจำตัวผู้ได้รับใบอนุญาต หรือบัตรประจำตัวผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าให้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 21 ผู้ได้รับใบอนุญาตและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าต้องจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะตามเวลาที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 22 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัตินี้มีโทษตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535

ข้อ 23 ให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครรักษาการตามข้อบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง ประกาศ เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามข้อบัญญัตินี้

หมายเหตุ

เหตุผลในการประกาศใช้ข้อบัญญัตินี้ คือ โดยที่เป็นการสมควรกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสุขลักษณะและส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายหรือผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า สุขลักษณะในการใช้กรรมวิธี การจำหน่าย ทำ ประกอบ ปูรอง เก็บหรือสะสมอาหารหรือสินค้าอื่น รวมทั้งการรักษาความสะอาดของภาชนะ น้ำใช้และของใช้ต่างๆ การจัดวางสินค้าและการเรขายสินค้า กำหนดเวลาสำหรับ

การจำหน่าย สินค้า และการอื่นที่จำเป็นเพื่อการรักษาความสะอาดและป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ รวมทั้งการป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญและการป้องกันโรคติดต่อ เพื่อประโยชน์ของประชาชนและการควบคุมการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ตลอดจนหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการขอรับใบอนุญาต การออกใบอนุญาต การขอต่ออายุใบอนุญาต การต่ออายุใบอนุญาต การขอรับใบแทนใบอนุญาต และการออกใบแทนใบอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวมาตรา 43 มาตรา 54 มาตรา 55 และมาตรา 58 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจ ตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ประกอบกับมาตรา 97 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2528 บัญญัติให้ตราเป็นข้อบัญญัติ จึงจำเป็นต้องตราข้อบัญญัตินี้

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 119 ตอนพิเศษ 21 ง วันที่ 7 มีนาคม 2545)

2.5 การศึกษาด้านปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

2.5.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) การตั้งคำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคก็จะทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ก็เป็นคำถามเพื่อที่หาคำตอบเดียวกับกลุ่มเป้าหมาย (Occupant) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ด้านจิตวิทยา ด้านพฤติกรรมศาสตร์

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) ก็เป็นคำถามเพื่อที่หาคำตอบเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) เป็นการกำหนดสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ โดยจะอาศัยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อคือ

1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา
2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม
3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participants in the buying?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับบทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organization) กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์โฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion strategies) โดยการใช้กลุ่มมีอิทธิพล

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อใช้ค้นหาคำตอบเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อสินค้า

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) จะเป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงช่องทาง (Channels) หรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปซื้อ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ฯลฯ จากคำตอบที่ได้ นักการตลาดนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategy)

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้า (Operation) หรือกระบวนการซื้อ (Buying Process) อันประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา
2. การค้นหาข้อมูล
3. การประเมินผลทางเลือก
4. ตัดสินใจซื้อ
5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาและวิธีการจัดจำหน่าย ก็มีวิธีให้เลือกปฏิบัติได้หลายทางด้วยกัน เมื่อวิเคราะห์ปัญหาต่างๆซึ่งจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อดำเนินงานก็สามารถแยกออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกัน อันเกิดจากตัว P สี่ตัว หรือ Four P's ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
4. การจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ราคา (Price) การพิจารณาด้านราคาจะต้องรวมถึงระดับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อในการค้า เนื่องจากราคาก็มีส่วนในการที่ทำให้บริการต่างๆมีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ โดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีหลากหลายของการสื่อสารตลาดต่างๆไม่ว่าจะผ่านทาง การโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคลากร กิจกรรมการส่งเสริมการขายและในรูปแบบอื่นๆทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์

การจัดจำหน่าย (Place) ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช่แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมก็จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการ

2.5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

กระบวนการซื้อ (Buying as a Process) ในแง่ของความคิด การซื้อเป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งของปฏิกิริยาที่ผู้บริโภคได้กระทำลงไป แต่เพื่อที่จะทำความเข้าใจขั้นตอนนี้เพียงขั้นเดียว เราจำเป็นต้องพิจารณาเหตุการณ์ต่างๆซึ่งเกิดขึ้นก่อนและตามหลังการซื้อ

เมื่อพิจารณาระบบการซื้อของผู้บริโภค เราจะพบว่าปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นมาจากอิทธิพลปัจจัยต่างๆมากมาย รวมไปถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมภายนอก การปฏิบัติของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเหล่านี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยาของตัวผู้บริโภคเองด้วย

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

2.5.2.1 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆโดยที่ปัจจัยภายในประกอบต่างๆได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนาแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะ การรับรู้ ซึ่งเราสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.5.2.1.1 ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desires)

ความจำเป็น ความต้องการ เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความหมายเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความ

ต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์หรือความต้องการของผู้บริโภคนั้นเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market Concepts) นอกจากนั้นยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอด ความสามารถในการสร้างกำไร และความเจริญเติบโตของธุรกิจภายใต้สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีการแข่งขัน กล่าวคือ ธุรกิจต้อง (Unfulfilled Needs) ได้ดีกว่าและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง

2.5.2.1.2 แรงจูงใจ (Motive)

เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากมีปัญหานั้นๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้นๆ ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงคนหนึ่งต้องการใช้โทรศัพท์มือถือแต่เธอคิดว่ายังไม่มีความจำเป็นมากนักในการใช้งาน จึงยับยั้งการซื้อโทรศัพท์ไว้ก่อน แต่รูปลักษณะที่สวยงาม ภาพพจน์ของผู้ที่ใช้โทรศัพท์ ประกอบกับความจำเป็นเมื่อผู้หญิงคนนั้นต้องขับรถในเวลาตอนกลางคืน จึงเป็นเหตุจูงใจให้เธอจะต้องใช้โทรศัพท์มือถือมีมากขึ้น จนกลายเป็นความไม่สบายใจอย่างรุนแรงหรือความตึงเครียด (Tension) และพยายามแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยการหาโทรศัพท์มือถือมาใช้งาน เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เราต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

2.5.2.1.3 บุคลิกภาพ (Personality)

เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนา ขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออกหรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็น มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับผิดชอบต่อผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

2.5.2.1.4 ทศคติ (Attitude)

เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นภายในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

2.5.2.1.5 การรับรู้ (Perception)

เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการ

สร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

2.5.2.1.6 การเรียนรู้ (Learning)

เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น นักเรียนรับรู้ว่าจะถ้าไม่ทำการบ้านจะต้องถูกลงโทษ แต่ก็ยังไม่ยอมทำการบ้าน หรือผู้ใหญ่ที่รู้ว่าการให้เด็กดูภาพยนตร์ฆาตกรรมส่งผลต่อสภาพจิตใจและพฤติกรรมของเด็ก แต่ก็ยังไม่ปล่อยให้เด็กได้ดู ผู้ที่ทราบว่าการสูบบุหรี่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ทั้งต่อตัวเองและผู้ที่อยู่ใกล้เคียง แต่ก็ยังไม่เลิกสูบบุหรี่หรือผู้ที่ชอบขับรถเร็ว เมื่อเห็นอุบัติเหตุเกิดขึ้นทำให้ขับรถช้าลงได้ช่วงเวลาหนึ่งแต่หลังจากนั้นก็กลับมาขับเร็วอีก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ถือว่าไม่เกิดการเรียนรู้

2.5.2.2 ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการได้แก่

2.5.2.2.1 สภาพเศรษฐกิจ (Economy)

เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.5.2.2.2 ครอบครัว (Family)

การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

2.5.2.2.3 สังคม (Social)

กลุ่มสังคมรอบๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันของสังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) นอกจากนี้ สังคมอาจเป็นได้ทั้งสังคมอาชีพและสังคมท้องถิ่น ทำให้นักการตลาดต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

2.5.2.2.4 วัฒนธรรม (Culture)

เป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งที่ตั้งงามและยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic Values) การ

รับรู้ (Perception)ความต้องการ (Wants)และพฤติกรรม (Behaviors)ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว ชุมชน และสังคม จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีในการดำเนินชีวิต (Lifestyles)ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือสิ่งของหรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

2.5.2.2.5 การติดต่อธุรกิจ (Business Contact)

หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆสินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆก็จะมีคุณค่า ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้น ธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure)มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

2.5.2.2.6 สภาพแวดล้อม (Environment)

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวนของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ El Ninyo และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันของสภาพอากาศ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเครื่องกันหนาวได้เร็วและง่ายขึ้น เป็นต้น

2.5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.5.3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor)

เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งของสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.5.3.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture)

เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

2.5.3.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture)

หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์

2.5.3.1.3 ชั้นของสังคม (Social Class)

หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สินหรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง

2.5.3.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.5.3.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)

เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคล ในกลุ่มทางการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิตรวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล

2.5.3.2.2 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses)

บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิดีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

2.5.3.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอน วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

2.5.3.2.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า

2.6 การศึกษาข้อมูลด้านหลักการสุขาภิบาลอาหาร

อาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์และเป็นสิ่งที่ทราบกันดีแล้วว่าปัจจุบันโรคติดต่อเชื้อของระบบทางเดินอาหารเป็นสาเหตุของการป่วยและตายที่สำคัญของประชาชนในประเทศไทย เช่น อหิวาตกโรค บิด ไทฟอยด์ และโรคท้องร่วงชนิดต่างๆ ซึ่งนับว่าเป็นโรคที่สำคัญบั่นทอนชีวิตและเศรษฐกิจของประชาชน วิธีที่ดีที่สุดที่จะทำการแก้ปัญหาเหล่านี้ก็คือ การป้องกันโรค โดยทำการควบคุมการสุขาภิบาลอาหารและสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันการแพร่โรคที่เกิดจากการติดเชื้อ ดังนั้นจึงเห็นควรทำการควบคุมให้ถูกต้องถูกสุขลักษณะ

ปัจจุบันนี้ อัตราการเพิ่มของประชากรไทยค่อนข้างจะสูง และรวดเร็วโดยเฉพาะในเขตชุมชนใหญ่ๆ เช่น เขตสุขาภิบาล เขตเทศบาล กำลังวิวัฒนาการก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ ประชาชนส่วนมากต้องออกไปประกอบอาชีพนอกบ้าน การรับประทานอาหารจำเป็นต้องอาศัยร้านอาหาร ซึ่งถ้าหากร้านจำหน่ายอาหารเหล่านั้น มิได้รับความสนใจจากเจ้าของร้านในการที่จะปรับปรุง ควบคุม

หรือเอาใจใส่อย่างเข้มงวดในเรื่องความสะอาดแล้ว トラบนั้นก็จะไม่สามารถทำการควบคุมหรือลดอัตราการป่วยและการตายของประชากร ที่มีเหตุมาจากโรคติดเชื้อของระบบทางเดินอาหารได้เลย

2.6.1 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านสถานที่จำหน่ายอาหาร

สถานที่จำหน่ายอาหาร นับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากอย่างหนึ่ง ถ้าหากท่านสามารถที่จะจัดสถานที่จำหน่ายอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลได้แล้ว นอกจากจะช่วยให้ผู้ที่มารับประทานอาหารมีสุขภาพดีแล้ว ยังช่วยลดอุบัติเหตุและเชื้อโรคได้อีกด้วย สิ่งที่จะต้องจัดทำเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายอาหาร มีดังนี้

2.6.1.1 พื้นผาผนังและเพดาน

ต้องสร้างด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดได้ง่าย มีความแข็งแรงทนทาน และอยู่ในสภาพดี เรียบ ไม่ขรุขระ และรักษาให้สะอาด จัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย

2.6.1.2 ช่องระบายอากาศ

ภายในควรบุด้วยตาข่ายหรือวัสดุอื่นที่สามารถป้องกันแมลงและสัตว์นำโรคได้ ตัวที่ดูอากาศใช้พัดลมระบายอากาศออก

2.6.1.3 แสงสว่าง

ภายในที่เตรียมอาหารจะต้องมีแสงสว่างในพื้นที่ที่ปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 20 วัตต์

2.6.1.4 จุดเครื่องปรุง

ต้องจัดให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดอยู่เสมอ สามารถทำความสะอาดได้ง่าย

2.6.1.5 การเก็บอาหาร

ต้องจัดสถานที่เก็บอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสะอาด อากาศถ่ายเทได้สะดวก

2.6.2 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการล้าง การเก็บ ภาชนะและอุปกรณ์

ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้เกี่ยวกับการปรุง การเก็บและใส่อาหารที่มีส่วนทำให้อาหารสะอาดปราศจากเชื้อโรคและสารเคมีที่เป็นพิษได้ ฉะนั้นการปรุงอาหารจึงต้องใช้ภาชนะและอุปกรณ์ที่สะอาดเท่านั้น

การล้างที่ถูกวิธีและการเก็บที่ถูกหลักสุขาภิบาล ต้องพิจารณาจากหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ

2.6.2.1 อุปกรณ์ในการล้างภาชนะ

ประกอบด้วย

- (1) อ่างล้างภาชนะ 3 ตอน
- (2) ถังใส่เศษอาหาร
- (3) โต๊ะสำหรับวางภาชนะที่จะนำมาล้าง
- (4) ที่คว่ำจาน ชาม ซ้อนส้อม แก้วน้ำ ตะเกียบ ฯลฯ
- (5) ผงซักฟอกหรือสบู่ หรือน้ำยาล้างจาน
- (6) น้ำร้อนหรือผงคลอรีน
- (7) ฟองน้ำหรือเศษผ้าที่สะอาด

2.6.2.2 วิธีการล้างภาชนะ

ในด้านระบาดวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า ในสถานที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มใดๆก็ตามที่มีการล้างภาชนะเครื่องมือ เครื่องใช้ไม่ดี ไม่สะอาดพอ โอกาสที่โรคระบาดหรือเกิดขึ้นเรื่องจากความสะดวกปรกจะมีมากขึ้น ทั้งนี้โดยอาศัยการทดลองในห้องปฏิบัติการ หาจำนวนแบคทีเรียที่มีอยู่ในภาชนะเหล่านั้น

(1) ก่อนลงมือล้าง

ต้องแยกภาชนะออกเป็นพวกๆโดยเฉพาะแก้วน้ำและถ้วย จาน ชาม ไม่ควรล้างปะปนกัน ถ้าจำเป็นจะต้องล้างรวมกัน ต้องล้างภาชนะจำพวกแก้วเสียก่อน

(2) กวาดเศษอาหารทิ้ง

ในถังขยะที่เตรียมไว้ให้หมดเสียก่อน ถังขยะ ควรแบ่งแยกออกเป็น 2 ถัง ถังหนึ่งใส่พวกเศษอาหาร อีกถังหนึ่งใส่พวกขยะแห้ง

(3) อ่างใบที่หนึ่ง

มีน้ำผสมผงซักฟอก หรือน้ำยาล้างจาน นำภาชนะมาล้างเอาไขมันและสิ่งสกปรกออกโดยใช้ฟองน้ำช่วยล้าง

(4) อ่างใบที่สอง

นำภาชนะที่ล้างในอ่างใบที่หนึ่ง แล้วนำมาล้างความสกปรกที่ติดอยู่และผงซักฟอกออกให้หมดด้วยน้ำสะอาด (ถ้าเป็นน้ำอุ่นได้ยิ่งดี)

(5) อ่างใบที่สาม

นำภาชนะที่ล้างแล้วในอ่างใบที่สองมาแช่ด้วยน้ำร้อน หรือผสมผงคลอรีนที่มีความเข้มข้น 100 พีพีเอ็ม นาน 2 นาที

สำหรับการล้างแก้ว ก็ล้างโดยใช้อ่าง 3 ตอน เช่นเดียวกัน เมื่อล้างเสร็จแล้วไม่ว่าจะเป็
ภาชนะสิ่งใดก็ตาม ห้ามใช้ผ้าเช็ดเด็ดขาด

2.6.2.3 วิธีการเก็บภาชนะ

เมื่อล้างภาชนะและผึ่งให้แห้งสะอาดดีแล้ว ต้องนำไปเก็บในตู้ที่สะอาด สูงจากพื้นพอควร เพื่อกันฝุ่นและสิ่งสกปรก ดังต่อไปนี้

พวกจาน ชาม และถ้วย ที่ล้างแล้ว ควรวางไว้ในที่คว่ำจาน ชาม ในแต่ละช่อง ปล่อยให้แห้งเอง โดยไม่ใช้ผ้าเช็ดหรือผึ่งให้แห้งเองจะดีมาก ส่วนพวกที่แห้งแล้วควรเก็บไว้ในตะกร้า ในลักษณะคว่ำอยู่เสมอล้วนนำไปเก็บไว้ในตู้หรือบนหิ้งที่สะอาด และอยู่สูงจากพื้นพอสมควร

พวกแก้วน้ำ ไม่คว่ำบนพื้นโต๊ะ ควรคว่ำไว้ในตะแกรงที่ยกสูงจากโต๊ะพอสมควรปล่อยให้แห้งเอง โดยไม่ใช้ผ้าเช็ด และนำไปเก็บไว้ในตู้หรือบนหิ้งที่สะอาด สูงจากพื้นพอสมควร

พวกช้อนส้อมและตะเกียบ ควรเก็บไว้ในตะกร้าที่สะอาด โดยเฉพาะเวลาเก็บจะต้องเอาทาง
ด้ามขึ้นเสมอ

อุปกรณ์เครื่องครัวและเครื่องใช้ต่างๆ ที่ล้างและปล่อยทิ้งไว้จนแห้งแล้ว ควรเก็บไว้ในตู้ที่สะอาดสามารถป้องกันแมลงและสัตว์นำโรคได้หรือจะแขวนไว้ตามข้างฝาที่สะอาดและอยู่สูงจากพื้นมากๆ

2.6.3 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการเก็บอาหาร

การเก็บอาหารที่ถูกหลักสุขาภิบาลสามารถจะช่วยป้องกัน มิให้อาหารเกิดการบูดเสียได้ง่าย และยังเก็บอาหารไว้ได้นานแล้ว ทั้งยังสามารถป้องกันการติดเชื้อโรคจากมนุษย์ สิ่งแวดล้อมและสัตว์นำโรคได้อีกด้วย การปฏิบัติมีหลักเกณฑ์ต่างๆดังต่อไปนี้ คือ

อาหารที่เสี้ง่าย เช่น เนื้อ ปลา หอย หมู ไก่ ฯลฯ ควรเก็บไว้ในที่สะอาด เก็บไว้ในที่ที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 45 องศาฟาเรนไฮด์เสมอ ก่อนเก็บต้องล้างให้สะอาดแล้วใส่ถุงพลาสติก แยกเป็นสัดส่วน อย่าปะปนกัน เนื้อที่แช่แข็งเมื่อนำออกจากตู้เย็นแล้วควรนำไปใช้ให้หมด ไม่ควรนำกลับไปแช่ให้แข็งอีก

ในกรณีที่ไม่มีตู้ใส่อาหารที่ถูกต้อง อาจใช้แผ่นพลาสติกหรือกระจกใส หรือโครงลวดหุ้มพลาสติกบาง ปิดภาชนะใส่อาหารนั้น เพื่อป้องกันฝุ่นละอองแมลงและให้ผู้บริโภคเลือกอาหารได้โดยไม่ต้องปิดฝา

อาหารที่ปรุงแล้ว ควรเก็บให้มิดชิดในตู้ที่สะอาด ไม่อับชื้น มีการระบายอากาศดี สามารถป้องกันฝุ่นละอองและสัตว์นำโรคได้ และต้องทำให้ร้อนก่อนจะขายครั้งต่อไป

อาหารที่เตรียมไว้ก่อนปรุง ควรเก็บไว้ในตู้ทันที มีอุณหภูมิที่เหมาะสม ไม่ควรเก็บไว้กับพื้นหรืออาจวางใกล้สิ่งสกปรกต่างๆเช่น ขยะ อาหารที่เสียแล้ว เป็นต้น ควรแยกออกจากกัน

ผักสด เมื่อเลือกแล้วล้างสะอาดดีแล้ว ควรเก็บไว้ในภาชนะที่สะอาด แล้วนำไปเก็บไว้บนโต๊ะซึ่งสูงอย่างน้อย เซนติเมตร หรือใส่ไว้ในถุงพลาสติกแล้วนำไปเก็บไว้ในตู้ 75 ที่มีอุณหภูมิเย็นก็จะยิ่งดี

อาหารร้อน ควรเก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิสูงกว่า 140 องศาฟาเรนไฮด์ เสมอ

อาหารเย็น ควรเก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า องศาฟาเรนไฮด์ เสมอ เพราะอุณหภูมิ 45 องศาฟาเรนไฮด์ เชื้อโรคจะเจริญได้ดีมาก 140-45 ระวัง

2.6.4 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการปรุงอาหาร

การปรุงอาหารสำหรับจำหน่ายนั้น ผู้ปรุงอาหารจะต้องให้ความสนใจกับเครื่องมือเครื่องใช้ในการปรุง เลือกดูว่าอาหารที่จะนำมาปรุงมีลักษณะดีหรือสะอาดดีหรือไม่ และในระหว่างทำการปรุงอาหาร ผู้ปรุงเองต้องแต่งกายให้สะอาดและปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาที่เคร่งครัดหรือเปล่า ฉะนั้นการปรุงอาหารควรพิจารณาถึงเรื่องต่างๆดังต่อไปนี้คือ

2.6.4.1 ผู้ปรุงจะต้องมีสุขภาพดี

แต่งกายสะอาดและมีสุขวิทยาส่วนบุคคลดีอยู่เสมอ ขณะปรุงอาหารต้องไม่พูดคุย สูบบุหรี่ ไอ จาม หรือใช้มือเกาศีรษะและขี้เล็บหรือเกาส่วนต่างๆของร่างกายและใช้มือแตะต้องอาหารหรือภาชนะต่างๆส่วนที่ถูกต้องกับอาหารให้น้อยที่สุด ทั้งยังจะต้องคอยดูแลมิให้อาหารเกิดความสกปรกจาก

พวกแมลง สัตว์นำโรค และอื่นๆขึ้นอีกได้ การสูบบุหรี่อาจทำได้ในระหว่างหยุดปรุงอาหาร หลังจากนั้นให้ล้างมือก่อนจะปรุงอาหารต่อไป

2.6.4.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการปรุง

เช่น มีด เขียง หม้อ กระทะ ตะหลิว ฯลฯ ก่อนนำมาใช้ต้องผ่านการล้างที่ถูกสุขลักษณะมาแล้ว และรักษาให้สะอาดอยู่เสมอ เขียงที่ใช้ระหว่างอาหารดิบ-สุก จะต้องไม่ใช้ร่วมกันและต้องป้องกันความสกปรกที่จะเกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน หรือจากแมลงและสัตว์นำโรคอุปกรณ์ทุกชิ้นต้องเก็บไว้ในที่ที่สะอาดตลอดเวลา

2.6.4.3 อาหารที่จะใช้ในการปรุง

ต้องเลือกแต่เฉพาะอาหารที่ดี สดและสะอาดมาปรุงเท่านั้น อาหารที่ไม่แน่ใจว่าจะปลอดภัยต่อการบริโภค ควรนำไปทิ้ง อาทิเช่น อาหารที่มีสีผิดปกติ ผักที่สงสัยว่าจะเสีย ฯลฯ อาหารที่จะปลอดภัยมากที่สุดต่อการเกิดโรค คือ อาหารที่ปรุงจนสุกใหม่ๆเท่านั้น

2.6.5 พื้นฐานสุขาภิบาลด้านการกำจัดของเสียและสิ่งปฏิกูล

ของเสียและสิ่งปฏิกูล เช่น น้ำล้างภาชนะ เศษอาหาร ขยะมูลฝอย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ย่อมมีเชื้อโรคปะปนอยู่ด้วย ซึ่งเรื่องนี้มีความสำคัญในทางสาธารณสุขอย่างยิ่ง การป้องกันโรคด้วยการกำจัดของเสียต่างๆเหล่านี้ให้ถูกหลักสุขาภิบาล การกำจัดของเสียและสิ่งปฏิกูลในร้านอาหาร ควรกระทำดังต่อไปนี้คือ

2.6.5.1 การกำจัดขยะมูลฝอย

เศษอาหารและขยะภายในร้านจำหน่ายอาหาร จะต้องทำการกำจัดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักสุขาภิบาลเพื่อป้องกันการเกิดแมลง เกิดกลิ่นที่ไม่ดีและเพื่อความสวยงามและความสะอาด เศษอาหารซึ่งส่วนมากมักมีน้ำปะปนอยู่ด้วยนั้น จะต้องเก็บไว้ในภาชนะที่ไม่มีรูรั่ว ปิดมิดชิด อีกทั้งภาชนะที่ใช้เก็บเศษอาหารนั้นจะต้องสร้างด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่มีขอกหรือมุมที่จะทำให้เศษอาหารเข้าไปค้างอยู่ได้ ส่วนพวกขยะจะต้องเก็บไว้ในภาชนะที่มิดชิดเช่นกัน และจะต้องมีฝาปิดมิดชิดเพื่อป้องกันพวกหนูและแมลงสาบ

การเก็บรวบรวมขยะอาจทำได้ 3 วิธีคือ

1. ใช้ถังใบเดียว รวบรวมขยะทุกสิ่งทุกอย่างลงไปจนถึงใบนั้น
2. ใช้ถัง ถังใบที่หนึ่ง ใช้ใส่พวกขยะแห้ง เช่น เศษกระดาษ ถุงพลาสติก ใบ กล่าวคือ 2 ใบตองแห้ง เป็นต้น ส่วนถังที่สอง ใช้ใส่พวกขยะเปียก เช่น เศษอาหารต่างๆเศษเนื้อ น้ำข้าว ที่เราไม่สามารถจะทิ้งลงในท่อระบายได้ก็แยกไว้อีกส่วนหนึ่งต่างหาก

3. ใช้ถัง นคือ ใบแรกใส่ขยะแห้ง ใบที่สองใส่ถังด้วยอีก 3 ใบ หมายถึง การแยกออกเป็น 3 ขยะเปียก และใบที่สามใส่พวกขยะย่อยสลายยาก เป็นต้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าขยะมีอยู่หลายชนิด บางชนิดก็บูดเน่าได้ง่าย บางชนิดก็อยู่ได้นานทั้งนี้เพราะความชื้นไม่เท่ากัน

2.7 การศึกษาข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.7.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2.7.1.1 หน้าที่ใช้สอยหน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์นั้นถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์นั้นก็ถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (LOW FUNCTION) สำหรับคำว่าประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) เพื่อให้ง่ายแก่การเข้าใจขอให้ดูตัวอย่างการออกแบบมีดหั่นผักแม้ว่ามีดหั่นผักจะมีประสิทธิภาพในการหั่นผักให้ขาดได้ตามความต้องการ แต่จะกล่าวว่ามีดนั้น มีประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) ยังไม่ได้ จะต้องมียุคประกอบอย่างอื่นร่วมอีกเช่น ด้ามจับของมีดนั้นจะต้องมีความโค้งเว้าที่สัมพันธ์กับขนาดของมือผู้ใช้ซึ่งจะเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการหั่นผักด้วย และภายหลังจากการใช้งานแล้วยังสามารถทำความสะอาดได้ง่าย การเก็บและบำรุงรักษาจะต้องง่ายสะดวกด้วย ประโยชน์ใช้สอยของมีดจึงจะครบถ้วนและสมบูรณ์เรื่องหน้าที่ใช้สอยนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนซับซ้อนมาก ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้คนทั่วไปทราบเบื้องต้นว่ามีหน้าที่ใช้สอยแบบนี้ แต่ความละเอียดอ่อนที่นักออกแบบได้คิดออกมานั้นได้ตอบสนองความสะดวกสบายอย่างเต็มที่ เช่น มีดในครัวมีหน้าที่หลักคือใช้ความคมช่วยในการหั่น สับ แต่เราจะเห็นได้ว่าการออกแบบมีดที่ใช้ในครัวอยู่มากมายหลายแบบหลายชนิดตามความละเอียดในการใช้ประโยชน์เป็นการเฉพาะที่แตกต่างเช่น มีดสำหรับปอกผลไม้ มีดแล่เนื้อสัตว์ มีดสับกระดูก มีดบะช่อ มีดหั่นผัก เป็นต้น ซึ่งก็ได้มีการออกแบบลักษณะแตกต่างกันออกไปตามการใช้งาน ถ้าหากมีการใช้มีดอยู่ชนิดเดียวแล้วใช้กันทุกอย่างตั้งแต่แล่เนื้อ สับบะช่อ สับกระดูก หั่นผัก ก็อาจจะใช้ได้ แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควร หรืออาจได้รับอุบัติเหตุขณะที่ใช้ได้ เพราะไม่ใช่ประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้เป็นการเฉพาะอย่างการออกแบบเก้าอี้ก็เหมือนกัน หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้ คือใช้สำหรับนั่ง แต่นั่งในกิจกรรมใดนั่งในห้องรับแขก ขนาดลักษณะรูปแบบเก้าอี้ก็เป็นความสะดวกในการนั่งรับแขก พุดคุยกัน นั่งรับประทานอาหาร ขนาดลักษณะเก้าอี้ก็เป็นความเหมาะสมกับโต๊ะอาหาร นั่งเขียนแบบบนโต๊ะเขียนแบบ เก้าอี้ก็จะมีขนาดลักษณะที่ใช้สำหรับการนั่งทำงานเขียนแบบ ถ้าจะเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้นั่งเขียนแบบ ก็คงจะเกิดการเมื่อยล้า ปวดหลัง ปวดคอ แล้วนั่งทำงานได้ไม่นาน ตัวอย่างดังกล่าวต้องการที่จะพูดถึงเรื่องของหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญและละเอียดอ่อนมาก ซึ่งนักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด

2.7.1.2 ความปลอดภัยสิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใดย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กต้องคำนึงถึงวัสดุที่เป็นพิษเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม นักออกแบบจะต้อง

คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้เป็นสำคัญมีการออกแบบบางอย่างต้องใช้เทคนิคที่เรียกว่าแบบธรรมดาแต่คาดไม่ถึงช่วยในการให้ความปลอดภัย เช่น การออกแบบหัวเกลียววาล์ว ถังแก๊ส หรือปุ่มเกลียว ล็อกใบพัดของพัดลมจะมีการทำเกลียวเปิดให้ยอนตรงกันข้ามกับเกลียวทั่วๆ ไปเพื่อความปลอดภัยสำหรับคนที่ไม่ทราบหรือเคยมือไปหมุนเล่นคือ ยิ่งหมุนก็ยิ่งขันแน่นเป็นการเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้

2.7.1.3 ความแข็งแรงผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้างเป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวน หรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนัก ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความสวยงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหาว่าถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรงจะเกิดสวนทางกับความงาม นักออกแบบจะต้องเป็นผู้ดึงเอาสิ่งสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ส่วนความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้นก็ขึ้นอยู่กับที่การออกแบบรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุ และประกอบกับการศึกษาข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนักหรือกระทบกระแทกอะไรหรือไม่ในขณะที่ใช้งานก็จะต้องทดลองประกอบการออกแบบไปด้วยแต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรงของโครงสร้างหรือตัวผลิตภัณฑ์นอกจากเลือกใช้ประเภทของวัสดุโครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

2.7.1.4 ความสะดวกสบายในการใช้นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วน ขนาด และขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (ANTHROPOMETRY) ด้านสรีรศาสตร์ (PHYSIOLOGY) จะทำให้ทราบ ขีดจำกัด ความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (PSYCHOLOGY) ซึ่งความรู้ในด้านต่างๆ ที่กล่าวมานี้ จะทำให้นักออกแบบ ออกแบบและกำหนดขนาด (DIMENSIONS) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกะบาร่างกายหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ ก็จะเกิดความสะดวกสบายในการใช้การไม่เมื่อยมือหรือเกิดการล้าในขณะที่ใช้ไปนานๆ ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวิชาดังกล่าว ก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้ต้องใช้อวัยวะร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน เช่น แก้ว ด้ม เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ การออกแบบภายในห้องโดยสารรถยนต์ ที่มีจอจับรถจักรยาน ปุ่มสัมผัสต่างๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ยกตัวอย่างมาถ้าผู้ใช้ผู้ใดได้เคยใช้มาแล้วเกิดความไม่สบายร่างกายขึ้น ก็แสดงว่าศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลไม่ดีพอแต่ทั้งนี้ก็ต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้ดีกว่าก่อน จะไปเหมารว่าผลิตภัณฑ์นั้นไม่ดี เพราะผลิตภัณฑ์บางชนิดผลิตมาจากประเทศตะวันตกซึ่งออกแบบโดยใช้มาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตก ที่มีรูปร่างใหญ่โตกว่าชาวเอเชีย เมื่อชาวเอเชียนำมาใช้อาจจะไม่พอดีหรือหลวม ไม่สะดวกในการใช้งาน นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาสัดส่วนร่างกายของชนชาติหรือเผ่าพันธุ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์

2.7.1.5 ความสวยงามผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอยเลย ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งคือใช้ไปเรื่อยๆ ก็จะเกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้

สอยให้เห็นภายหลัง ผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงามก็คือ หน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของทีระลีก ของโซว์ตักแต่งต่างๆ ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามจะเกิดมาจากสิ่งสองสิ่งด้วยกันคือ รูปร่าง (FORM) และสี (COLOR) การกำหนดรูปร่างและสี ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกับการกำหนด รูปร่าง สี ได้ตามความนึกคิดของจิตรกรที่ต้องการ แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นในลักษณะศิลปะอุตสาหกรรมจะทำตามความชอบ ความรู้สึกนึกคิดของนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียวไม่ได้จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานรูปร่างและสีสันทให้เหมาะสมด้วยเหตุของความสำคัญของรูปร่างและสีที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาวิชาทฤษฎีหรือหลักการออกแบบและวิชาทฤษฎีสี ซึ่งเป็นวิชาทางด้านของศิลปะแล้วนำมาประยุกต์ผสมใช้กับศิลปะทางด้านอุตสาหกรรมให้เกิดความกลมกลืน

2.7.1.6 ราคาพอสมควรผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้วผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ ประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้นก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุและเลือกวิธีการผลิตที่ง่ายรวดเร็ว เหมาะสมอย่างไรก็ดี ถ้าประมาณการออกมาแล้วปรากฏว่าราคาค่อนข้างจะสูงกว่าที่กำหนดไว้ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่ แต่ก็ยังต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นเรียกว่าเป็นวิธีการลดค่าใช้จ่าย

2.7.1.7 การซ่อมแซมง่ายหลักการนี้คงจะใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือการใช้งานในทางที่ผิด นักออกแบบย่อมที่จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้นตลอดจนนอตสกรู เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้ง่าย

2.7.1.8 วัสดุและวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์อาจมีกรรมวิธีการเลือกใช้วัสดุและวิธีผลิตได้หลายแบบแต่แบบหรือวิธีใดถึงจะเหมาะสมที่สุด ที่จะไม่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ประมาณ ฉะนั้น นักออกแบบคงจะต้องศึกษาเรื่องวัสดุและวิธีผลิตให้ลึกซึ้ง โดยเฉพาะวัสดุจำพวกพลาสติกในแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ต่างกันออกไป เช่น มีความใส ทนความร้อน ผิวมันวาว ทนกรดต่างได้ดี ไม่ลื่น เป็นต้น ก็ต้องเลือกให้คุณสมบัติดังกล่าวให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

2.7.1.9 การขนส่งนักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะใกล้หรือระยะไกลกินเนื้อที่ในการขนส่งมากน้อยเพียงใด การขนส่งทางบกทางน้ำหรือทางอากาศต้องทำการบรรจุหีบห่ออย่างไร ถึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการเสียหายชำรุด ขนาดของตู้คอนเทนเนอร์บรรจุทุกสินค้าหรือเนื้อที่ที่ใช้ในการขนส่งมีขนาด กว้าง ยาว สูง เท่าไร เป็นต้น หรือในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบมีขนาดใหญ่โตยาวมาก เช่น เตียง หรือพัดลมแบบตั้งพื้น นักออกแบบก็ควรที่จะคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง ตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบกันเลยทีเดียว คือ ออกแบบให้มีชิ้นส่วน

สามารถถอดประกอบได้ง่าย สะดวก เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กที่สุดสามารถบรรจุได้ในลังที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อการประหยัดค่าขนส่ง

2.7.2 หลักการสร้างภาพลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์

ภาพลักษณ์ หมายถึง บุคลิกลักษณะที่แตกต่าง มีคุณสมบัติเฉพาะตัวและมีประวัติความเป็นมา มีการแสดงออกทางรูปธรรมอย่างชัดเจน สะท้อนภาพของความเป็นตัวตนของตนเอง และแสดงออกมาได้อย่างดี เป็นสิ่งที่ปรากฏต่อสาธารณชน เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับ จะต้องมีความชัดเจนที่ไม่ใช่เพียงการใช้ชื่อหรือคำขวัญ (Slogan) แต่จะต้องเป็นสิ่งที่จริง มองเห็นได้ และเป็นที่ยอมรับ เป็นพื้นฐานของการกำหนดรูปแบบของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น (ที่มา : สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2546 : 25)

การออกแบบภาพลักษณ์และการออกแบบอย่างยั่งยืนที่ชัดเจน และโดดเด่นในใจของกลุ่มเป้าหมาย จะมีประโยชน์ต่อการที่เป็นเจ้าของภาพลักษณ์นั้นๆ ดังนี้

- ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ หรือลูกค้า
- กระตุ้นให้เกิดการลงทุนร่วมเพิ่มขึ้น
- ดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพและมีความสามารถมาร่วมทำงานด้วย
- ช่วยกระตุ้นและผลักดันให้เกิดบุคลากรที่มุ่งมั่นและทุ่มเทต่อองค์กร (Christensen and Askegaard 2001)

ส่วนการออกแบบอย่างยั่งยืน ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาดและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค สะดวกในการใช้งาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีประโยชน์ต่อองค์กร ดังนี้

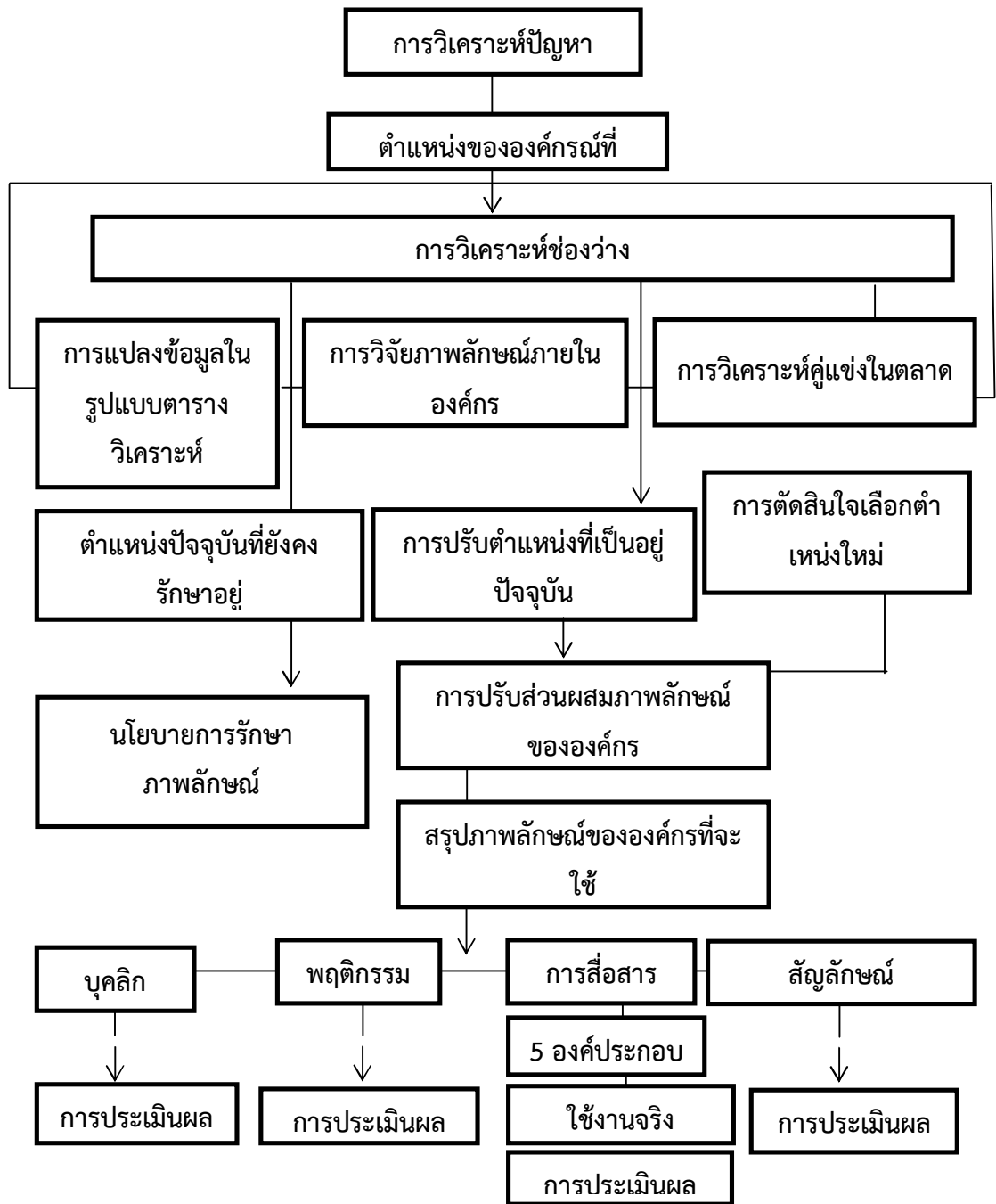
- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ รวมทั้งตราสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ช่วยลดต้นทุนในการผลิต เพราะการเลือกใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- เพิ่มมูลค่าให้กับความพยายามทุกๆ ประการ ที่จะทำให้เกิดความมีประสิทธิภาพในด้านการผลิตและการจัดส่งสินค้า หรือบริการ จากผู้ผลิตสินค้า ถึงผู้ซื้อหรือลูกค้า
- ช่วยให้สินค้าสามารถจัดจำหน่ายในตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายกำหนด
- สร้างศักยภาพในการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย
- สร้างปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อหรือลูกค้า (SPA 2002)

ดังนั้น การออกแบบภาพลักษณ์ อย่างยั่งยืนที่ดี สามารถสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับองค์กร และเกิดการร่วมลงทุนเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งการออกแบบที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยหลักการและกลยุทธ์การออกแบบ

2.7.2.1 ขั้นตอนการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัญหาหรือรวมบุคลากรขององค์กร ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาตำแหน่งของภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ขั้นตอนที่ 3 นำเอาข้อมูลที่ได้รับมาจัดระบบในรูปแบบของตารางวิเคราะห์ และความเชื่อมโยงของข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เข้าใจสภาพปัญหา ขั้นตอนที่ 4 การวิจัยภาพลักษณ์องค์กรจากการรวบรวมความคิดเห็นจากบุคลากรภายนอกองค์กร จากนั้นขั้นตอนที่ 5

การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดปัจจุบัน และตลาดใหม่ ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ช่องว่างที่น่าจะเป็นโอกาสที่องค์กรควรใช้เป็นจุดสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร ขั้นตอนที่ 7 กำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับภาพลักษณ์องค์กร จากนั้นตัดสินใจเลือกตำแหน่งทางการตลาดตลาดเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 8 การสรุปภาพรวมของภาพลักษณ์องค์กรที่จะใช้ ซึ่งขั้นตอนก่อนที่จะนำเอาภาพลักษณ์ไปใช้งานจริง จะต้องพิจารณา 5 องค์ประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 2.105 ขั้นตอนการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร
ที่มา : Cee B.M. van Riel and John M.T.Balmer (1997:340)

ภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ที่ตึ้นนั้นนอกจากจะต้องอาศัยขั้นตอนการพัฒนาภาพลักษณ์ของ Cee B.M. van Riel and John M.T.Balmer ยังต้องอาศัยกระบวนการการออกแบบให้สามารถดึงดูดความสนใจ ไร่ความรู้สึก กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และสร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค เพื่อการตัดสินใจซื้อในคราวแรกและครั้งต่อไปของผู้บริโภค ผลักดันให้เกิดการพัฒนาทั้งในด้านคุณภาพ และการสร้างความแตกต่าง และการสร้างการจดจำเพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับและถูกใจผู้บริโภค

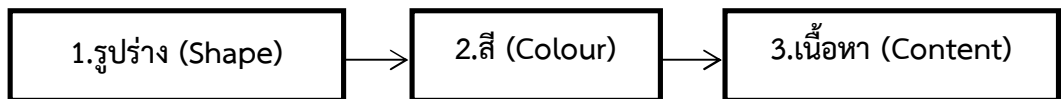
2.7.2.2 การสร้างจุดจดจำให้กับผลิตภัณฑ์

จุดจดจำ จุดจดจำสามารถแบ่งได้เป็นทั้งรูป รส กล ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เสียง ที่สัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้าของมนุษย์ จุดจดจำนั้นจะสะท้อนถึงแก่นหรือเนื้อหาของเนื้อหาในตัวที่มาของผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยเสริมสร้างการจดจำให้ชัดเจนและเห็นภาพจนได้ดียิ่งขึ้นผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องมีจุดจดจำหรือเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ สามารถจดจำได้ง่าย เห็นแล้วบอกได้เลยว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ หรืออาจจะมีประวัติที่มาที่น่าสนใจ ก็จะทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ดียิ่งขึ้น การสร้างจุดจดจำของผลิตภัณฑ์นั้นมีความสัมพันธ์กับรูปทรงรูปลักษณ์ภายนอกเป็นอันดับต้นๆ รูปทรงต้องมีความเป็นลักษณะเฉพาะ มีบุคลิกภาพที่บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ทั้งนั้นทุกอย่างต้องมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์เพราะจุดจดจำนี่จะเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับตัวผลิตภัณฑ์นี้ไปตลอด คุณสมบัติสำคัญของจุดจดจำที่ดี คือ ต้องมีความแตกต่างและโดดเด่น สามารถแยกยะได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว จุดจดจำบางครั้งอาจเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายไม่หวือหวา กะทัดรัดและใช้งานได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา

หากผู้บริโภคไม่เกิดการจดจำ แม้ในยามต้องการสินค้าหรือบริการนั้นๆ ลูกค้านั้นๆ ก็จะไม่นึกถึงตัวผลิตภัณฑ์ของเรา การสร้างจุดจดจำจึงจำเป็นจำต้องคำนึงถึงประสิทธิผลและความต่อเนื่องควบคู่กันไปซึ่งอาศัยหลักดังต่อไปนี้

2.7.2.2.1 ลำดับในการจดจำ (Sequence of Cognition)

ตั้งแต่ยุคโบราณ มนุษย์ที่อยู่รอดในธรรมชาติจะต้องสามารถจำแนกแยกแยะสัตว์ป่า พรรณไม้ และสิ่งของต่างๆ ได้ ต่อมาภายหลังมนุษย์ได้พัฒนาสู่การเรียนรู้ที่จะจดจำภูมิประเทศ ต้นไม้ ใบหญ้า รวมทั้งรูปร่างหน้าตาของมนุษย์ด้วยกันเองได้ ลำดับการจดจำพื้นฐานของมนุษย์เป็นดังนี้



ภาพที่ 2.106 แผนภาพลำดับการจดจำพื้นฐานของมนุษย์

ที่มา : ชัยรัตน์ อัครวางกูร (2548:148)

สมองของมนุษย์สร้างกระบวนการจดจำรูปแบบรูปร่างได้อย่างรวดเร็ว โดยการบันทึกเป็นภาพไว้ในความทรงจำ จากนั้นจึงจำแนกความแตกต่างของสีเป็นอันดับที่สอง ส่วนเนื้อหานั้นสมองต้องใช้เวลามากกว่าในการแปรความหมายนั้น สมองจึงสามารถจดจำเนื้อหาได้ช้ากว่ารูปร่างและสีบ่อยครั้งที่เราเห็นหน้าคนที่เคยรู้จักแต่กลับจำชื่อเขาไม่ได้ ในทางกลับกันถ้าเราจำชื่อใครสักคนได้ เราก็จะนึกถึงหน้าตาของเขาได้โดยอัตโนมัติ นั่นเป็นเพราะว่าสมองลำดับที่จะจดจำภาพก่อนเนื้อหานั้นเอง

2.7.2.2.2 แบบตัวอักษรและสี (Typeface and Colour)

แบบตัวอักษรและสีมีส่วนสำคัญในการสร้างเอกภาพ ขณะเดียวกันการใช้สีก็จะช่วยให้ผู้บริโภคแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ด้วยเช่นกัน การออกแบบอาจมีความ

ยึดหยุ่นในเรื่องรูปทรง ขนาด สี หรือองค์ประกอบอื่นๆได้ตามความเหมาะสม แต่การออกแบบโดยรวมนั้นยังต้องคงไว้ซึ่งความเป็นเอกภาพเช่นเดิม

2.7.2.3 การออกแบบรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยได้อย่างลงตัว

การออกแบบภาพลักษณ์ที่ดีนอกจากสร้างจุดจดจำแล้วยังต้องออกแบบให้สามารถใช้งานได้สะดวกขึ้น (Functional Design) ก็จะย่อมช่วยสร้างการจดจำและความประทับใจ หรือโดนใจผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งความสะดวกสบายในการใช้งานของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การออกแบบรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยจะต้องสร้างสิ่งเร้า (Fascination) ให้กับผู้บริโภคสิ่งเร้าจะเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคทำให้เกิดการคิด การเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคอย่างสูง ในบางครั้งผลิตภัณฑ์ยังต้องอาศัยเรื่องของความรู้สึก ถ้าหากผลิตภัณฑ์สามารถผลิตออกมาและสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้บริโภคได้เช่น เมื่อเห็นผลิตภัณฑ์แล้วรู้สึกสนุกสนาน รู้สึกตลก รู้สึกมองแล้วยิ้มได้ รู้สึกอยากจับต้อง อยากลอง อยากซื้อ ก็จะทำให้ผู้บริโภคจดจำและสนใจในรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการเข้ามาของผู้บริโภค

2.7.2.4 การออกแบบให้มีความแปลกใหม่

การออกแบบให้มีความแปลกใหม่สิ่งสำคัญในอันดับแรกคือการสร้างความต่างในตลาด ความแตกต่างช่วยให้ผู้บริโภคแยกแยะและจดจำเราได้ นอกจากนั้นยังสามารถบ่งบอกจุดเด่น ข้อดีของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับสินค้ารายอื่นที่ใกล้เคียงกัน ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องหาจุดต่างของผลิตภัณฑ์ให้ได้ ถ้าผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันมาก ก็ต้องหาความแตกต่างในด้านอื่น เช่น อาจหาจุดต่างในเรื่องแนวคิด อารมณ์ หรือสร้างความรู้สึกร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ความแปลกใหม่และความแตกต่างต้องมาพร้อมกับความสอดคล้องกับการใช้งานจึงจะสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคอย่างมาก ในเรื่องของความใหม่ โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นและต้องการสิ่งใหม่ๆเสมอ สิ่งเร้าที่มีความใหม่จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ความใหม่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ๆ ไม่ซ้ำซากจำเจ กระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคได้ดีเสมอ นอกจกนั้นความแปลก ก็จะทำให้ความรู้สึกพิเศษกับมนุษย์ ยิ่งความแปลกและไม่เหมือนใครแต่มีอรรถประโยชน์ใช้สอยได้อย่างดี ยิ่งเป็นความต่างที่สามารถตอบสนองในเรื่องของการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด มีความฉีกไปจากรูปแบบเดิมๆที่ผู้บริโภคคุ้นเคยจะสร้างความเร้าใจและต่อเนื่องไปสู่การจดจำที่ดีได้อีกด้วย

2.7.3 แนวทางการออกแบบเพื่อการผลิต

การออกแบบเพื่อการผลิตเป็นแนวทางแรกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรพิจารณาจากความสามารถในการผลิตทุกด้าน วัตถุประสงค์หลักเพื่อการผลิต คือ เพื่อออกแบบแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำการผลิตได้ง่าย (Easy for Manufacturer)จากการมุ่งเน้นในการออกแบบในแต่ละชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ให้ง่ายในการผลิตและประกอบ รวมถึงการพิจารณาเพิ่มเติมในส่วน of แนวคิดในการประสานการออกแบบและกระบวนการผลิตไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการออกแบบนั้นได้ดำเนินไปอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสภาพการผลิตที่ดีและมี

ความต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Best Matching of Needs and Requirement)สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือต้องให้ความสนใจต่อการออกแบบเพื่อการผลิตให้มากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์หลายชนิดได้รับการออกแบบและผลิตในสถานที่ต่างกันซึ่งเป็นผลมาจากการตั้งโรงงานการผลิตไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก (Global Manufacturing)ส่งผลให้ผู้ออกแบบ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในโซ่อุปทานเดียวกันจำเป็นต้องประสานการพิจารณาในการออกแบบให้มากขึ้น (Hanssen : 2004)

2.7.3.1 การออกแบบควรพิจารณาการใช้จำนวนชิ้นส่วนให้น้อยมากที่สุด (Reduce the total number of parts)

2.7.3.2 การพัฒนาชิ้นส่วนแบบโมดูล่า (Develop a modular Design) หรือการออกแบบควรพิจารณาชิ้นส่วนต่างๆให้รวมเป็นหน่วยเดียวกันในการนำมาประกอบ เพื่อให้ง่ายในการซ่อมแซม ปรับปรุง แก้ไขให้ทันสมัยมากขึ้น (Upgrade)

2.7.3.3 การออกแบบโดยการใช้ชิ้นส่วนมาตรฐาน (Use of standard components) ที่มีจำหน่ายทั่วไปเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตชิ้นส่วนเฉพาะ

2.7.3.4 การออกแบบชิ้นส่วนให้สามารถทำงานได้หลายหน้าที่ (Design parts to be multi-functional)

2.7.3.5 การออกแบบให้สามารถใช้ชิ้นส่วนได้ร่วมกันในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Design parts for multi-use)

2.7.3.6 การออกแบบให้ง่ายในการสร้างขึ้น (Design for ease of fabrication) เช่น การลดการปรับแต่ง ผิวชิ้นส่วน การขัดสี หรือการใช้เครื่องจักรเฉพาะ เป็นต้น

2.7.3.7 การออกแบบเพื่อลดการใช้ชิ้นส่วนชิ้นแน่น (Avoid separate fasteners) เช่น การแทนที่สกรูด้วยการใช้สแนปฟิต (Snap-fits) เพื่อลดเวลาในการผลิตและการประกอบ (Gencet al., 1998) เป็นต้น

2.7.3.8 การออกแบบเพื่อให้ง่ายต่อการปรับทิศทางการประกอบชิ้นส่วน (Maximize assembly directions)เช่น การประกอบจากด้านบนตามแรงโน้มถ่วงของโลก เป็นการประกอบที่ง่ายที่สุด เป็นต้น

2.7.3.9 การออกแบบเพื่อให้ง่ายต่อการจัดทิศทางการประกอบ (Maximize compliance) เช่น การลบมุม (Tapers or chamfers) จะช่วยให้การประกอบกระทำง่ายขึ้น เป็นต้น

2.7.3.10 การออกแบบเพื่อให้ง่ายต่อการเคลื่อนที่และจัดวางทิศทาง (Minimize handling) โดยทำให้ชิ้นส่วนมีความสมมาตร (Symmetrical) หรือออกแบบให้มีชิ้นส่วนในการประกอบ เช่น กรณีมีการต่อสายเคเบิลไฟฟ้าหลายสายก็ควรมีการใช้ Dummy Connector ร่วมด้วย เป็นต้น รวมถึงการออกแบบควรมีการพิจารณาเรื่องของการใช้บรรจุภัณฑ์ให้น้อยที่สุด (ปริญญ์ บุญกนิษฐ์ และ อรรถเจตต์ อภิขจรศิลป์. 2552 : 38)

2.7.4 วัสดุที่ใช้ในการผลิต

2.7.4.1 โลหะ

โลหะมีอยู่ 2 ประเภท ก็คือ

2.7.4.1.1 โลหะที่เป็นเหล็ก (Ferrous metallurgy)

เป็นการศึกษาโลหะที่มีเหล็กเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐาน

2.7.4.1.2 โลหะที่ไม่ใช่เหล็ก (Nonferrous metallurgy)

เป็นการศึกษาโลหะที่ไม่ได้เป็นเหล็ก แต่จะเป็นธาตุโลหะอื่นๆ ผสมอยู่เป็นหลัก เช่น อลูมิเนียม, ไทเทเนียม, ทองแดง ฯลฯ

(1) อะลูมิเนียม

อะลูมิเนียม (ภาษาอังกฤษสะกดได้ว่า aluminium หรือ aluminum ในอเมริกาเหนือ) คือ ธาตุเคมีในตารางธาตุที่มีสัญลักษณ์ Al และมีเลขอะตอม 13 เป็นโลหะที่มันวาวและอ่อนดัดง่าย ในธรรมชาติอะลูมิเนียมพบในรูปแร่บอกไซต์เป็นหลัก และมีคุณสมบัติเด่น คือ ต่อด้านปฏิกิริยาออกซิเดชันได้ดี (เนื่องจากปรากฏการณ์ passivation) แข็งแรง และน้ำหนักเบา มีการใช้อะลูมิเนียมในอุตสาหกรรมหลายประเภท เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมาย และอะลูมิเนียมสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกอย่างมาก ชิ้นส่วนโครงสร้างที่ผลิตจากอะลูมิเนียมสำคัญต่ออุตสาหกรรมอากาศยานและสำคัญในด้านอื่น ๆ ของการขนส่งและการสร้างอาคาร ซึ่งต้องการน้ำหนักเบา ความทนทาน และความแข็งแรง

อะลูมิเนียมเป็นโลหะที่อ่อนและเบาที่มีลักษณะไม่เป็นเงา เนื่องจากเกิดการออกซิเดชันชั้นบาง ๆ ที่เกิดขึ้นเร็วเมื่อสัมผัสกับอากาศ โลหะอะลูมิเนียมไม่เป็นสารพิษ ไม่เป็นแม่เหล็ก และไม่เกิดประกายไฟ อะลูมิเนียมบริสุทธิ์มีแรงต้านการดึงประมาณ 49 ล้านปาสกาล (MPa) และ 400 MPa ถ้าทำเป็นโลหะผสม อะลูมิเนียมมีความหนาแน่นเป็น 1/3 ของเหล็กกล้าและทองแดง อ่อน สามารถดัดได้ง่าย สามารถกลึงและหล่อแบบได้ง่าย และมีความสามารถต่อต้านการกร่อนและความทนเนื่องจากชั้นออกไซด์ที่ป้องกัน พื้นหน้ากระจกเงาที่เป็นอะลูมิเนียมมีการสะท้อนแสงมากกว่าโลหะอื่น ๆ ในช่วงความยาวคลื่น 200-400 nm (UV) และ 3000-10000 nm (IR ไกล) ส่วนในช่วงที่มองเห็นได้คือ 400-700 nm โลหะเงินสะท้อนแสงได้ดีกว่าเล็กน้อย และในช่วง 700-3000 (IR ใกล้) โลหะเงิน ทองคำ และทองแดงสะท้อนแสงได้ดีกว่า อะลูมิเนียมเป็นโลหะที่ดัดได้ง่ายเป็นอันดับ 2 (รองจากทองคำ) และอ่อนเป็นอันดับที่ 6 อะลูมิเนียมสามารถนำความร้อนได้ดี จึงเหมาะสมที่จะทำหม้อหุงต้มอาหาร เมื่อวัดในทั้งปริมาณและมูลค่า การใช้อะลูมิเนียมมีมากกว่าโลหะอื่น ๆ ยกเว้นเหล็ก และมีความสำคัญในเศรษฐกิจโลกทุกด้านอะลูมิเนียมบริสุทธิ์มีแรงต้านการดึงต่ำ แต่สามารถนำไปผสมกับธาตุต่าง ๆ ได้ง่าย เช่นทองแดง สังกะสี แมกนีเซียม แมงกานีส และซิลิกอน (เช่น duralumin) ในปัจจุบันวัสดุเกือบทั้งหมดที่เรียกว่าอะลูมิเนียมเป็นโลหะผสมของอะลูมิเนียม อะลูมิเนียมบริสุทธิ์พบเฉพาะเมื่อต้องการความทนต่อการกัดกร่อนมากกว่าความแข็งแรงและความแข็งเมื่อรวมกับกระบวนการทางความร้อนและกลการ (thermo-mechanical processing) โลหะผสมของอะลูมิเนียมมีคุณสมบัติทางกลศาสตร์ที่ดีขึ้น โลหะผสมอะลูมิเนียมเป็นส่วนสำคัญของเครื่องบินและ

จรวดเนื่องจากมีอัตราความแข็งแรงต่อน้ำหนักสูงอะลูมิเนียมสามารถสะท้อนแสงที่มองเห็นได้ดีเยี่ยม (~99%) และสามารถสะท้อนแสงอินฟราเรดได้ดี (~95%) อะลูมิเนียมชั้นบาง ๆ สามารถสร้างบนพื้นผิวเรียบด้วยวิธีการควบแน่นของไอสารเคมี (chemical vapor deposition) หรือวิธีการทางเคมี เพื่อสร้างผิวเคลือบออปติคัล(optical coating) และกระจกเงา ผิวเคลือบเหล่านี้จะเกิดขึ้น อะลูมิเนียมออกไซด์ที่บางยิ่งกว่า ที่ไม่สึกกร่อนเหมือนผิวเคลือบเงิน กระจกเงาเกือบทั้งหมดสร้างโดยใช้อะลูมิเนียมชั้นบางบนผิวหลังของแผ่นกระจกลอย (float glass). กระจกเงาในกล้องโทรทรรศน์ สร้างด้วยอะลูมิเนียมเช่นกัน แต่เคลือบข้างหน้าเพื่อป้องกันการสะท้อนภายใน การหักเห และการสูญเสียจากความใส กระจกเหล่านี้เรียกว่า first surface mirrors และเกิดความเสียหายได้ง่ายกว่า กระจกเงาตามบ้านทั่วไปที่เคลือบข้างหลัง

ตัวอย่างการนำเอาอะลูมิเนียมไปใช้งาน เช่น การขนส่ง (รถยนต์ เครื่องบิน รถบรรทุก ตู้รถไฟ เรือทะเล จักรยาน ฯลฯ) ภาชนะ (กระป๋อง, ฟอยล์ ฯลฯ) การบำบัดน้ำ การรักษาปรสิตของปลา งานก่อสร้าง (หน้าต่าง ประตู รางข้าง ลวด ฯลฯ) การเคลือบสีอะลูมิเนียมที่มีขายในเมืองไทยตอนนี้ มี 3 แบบ ได้แก่ Anodised Aluminium, Powder Coated Aluminium และ Fluorocarbon Aluminium สำหรับงานอาคารสูงจะใช้ Powder Coated Aluminium เป็นมาตรฐานสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีความคงทน (เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ครัว ฯลฯ) ไฟฟ้า (ชิ้นส่วนและลวดอะลูมิเนียมมีความหนาแน่นน้อยกว่าทองแดง และราคาถูกกว่า แต่มีความต้านทานไฟฟ้ามากกว่าด้วย มีหลายพื้นที่ ที่ห้ามใช้ลวดอะลูมิเนียมสำหรับสายไฟตามบ้าน เนื่องจากความหนาแน่นสูงกว่าและขยายในความร้อนมากกว่า) เครื่องจักรกลแม่เหล็กที่ทำจากเหล็กกล้าเอ็มเคเอ็ม (MKM steel) แอลไนโก (Alnico) แม้ว่าตัวอะลูมิเนียมเองจะใช้วัตถุแม่เหล็กก็ตาม อะลูมิเนียมความบริสุทธิ์สูง (SPA ย่อจาก Super purity aluminium, 99.980% to 99.999% Al) ใช้ในอิเล็กทรอนิกส์และซีดี อะลูมิเนียมผง ใช้เป็นตัวเคลือบเงินในสี เกล็ดอะลูมิเนียมมีอยู่ในสีพื้น เช่น สีเคลือบเนื้อไม้ (primer) เมื่อแห้ง เกล็ดจะซ้อนทับกันเป็นชั้นกันน้ำ อะลูมิเนียมแอโนไดส์ (anodised) คงทนต่อการออกซิเดชันเพิ่มเติม และใช้ในการก่อสร้างในด้านต่าง ๆ รวมถึงการทำฮีตซิงก์ ด้วย อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ที่ต้องทำความเย็นของชิ้นส่วนภายใน (เช่น ทรานซิสเตอร์ซีพียู - สารกึ่งตัวนำ โดยทั่วไป) มีฮีตซิงก์ที่ทำจากอะลูมิเนียม เนื่องจากผลิตง่าย และนำความร้อนได้ดี ฮีตซิงก์ทองแดงเล็กกว่า แต่แพงกว่าและผลิตยากกว่าด้วย อะลูมิเนียมออกไซด์ หรือ อะลูมินา, พบในธรรมชาติในรูปของแร่กะรุน (ทับทิม และนิล), และใช้ในการผลิตกระจก ทับทิมและนิลสังเคราะห์ใช้ในเครื่องเลเซอร์ เพื่อผลิตแสงความถี่เดียว(coherent light) อะลูมิเนียมออกไซด์ด้วยพลังงานสูง ทำให้ใช้ในเชื้อเพลิงแข็งสำหรับจรวด เฮอร์ไมต์(thermite) และสารประกอบอื่น ๆ สำหรับทำดอกไม้ไฟ นอกจากนี้ อะลูมิเนียมยังเป็นตัวนำยิ่งยวด ที่อุณหภูมิวิกฤต 1.2 เคลวิน

(2) เมทัลชีท (Metal Sheet)

เมทัลชีท หรือ เมทัลทอลชีท คืออะไร เมทัลชีท มาจากคำภาษาอังกฤษสองคำคือ Metal (อ่านว่า เมทัล หรือ เม็ตทอล) และ Sheet (อ่านว่า ชีท) เมทัล หรือ เมทัลทอล แปลว่า โลหะ หรือ เหล็ก ส่วน ชีท แปลว่า แผ่น เมื่อนำสองคำมารวมกัน เมทัลชีท หรือ เมทัลทอลชีท (Metal Sheet) จึง

แปลว่า แผ่นโลหะ หรือแผ่นเหล็ก โดยทั่วไปในงานหลังคา เราจะหมายถึง แผ่นเหล็กที่มีลอน ที่ใช้ทำหลังคา (Corrugated Metal Sheet) นั่นก็คือแผ่นหลังคาเหล็กนั่นเอง ในงานอื่นๆ เมทัลชีทอาจมีความหมาย ที่แตกต่างกันออกไป เป็นต้นว่า เมทัลชีทในงานเชื่อมแก๊ส งานตะแกรง(Perforated Metal Sheet, Metal Mesh Sheet) งานปั๊มรีดขึ้นรูปที่มีลักษณะแตกต่างจากรูปแบบหลังคา แผ่นเมทัลชีท หรือ เมทัลทอลชีท (Metal Sheet) มีข้อดีหลายประการด้วยกัน มีความแข็งแรง เหนียว ทนทาน สามารถนำมาตัดพับขึ้นรูปได้ง่าย แผ่นเมทัลชีท ยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในหลายส่วนของตัวอาคาร ไม่ใช่แต่จะนำมาใช้ทำ หลังคาเหล็ก (Steel Roof) หรือที่เรียกว่า หลังคาเมทัลชีท (Metal Sheet Roof) เท่านั้น แผ่นเมทัลชีท ยังสามารถนำมาใช้ทำเป็น แผ่นฝ้าเพดานเหล็ก (Spandrel) ผนังเมทัลชีท (Siding) กันสาดเมทัลชีท (Canopy) แผ่นปิดครอบ (Flashing), แผ่นบานเกล็ด (Louver) ได้ด้วย จริงๆแล้วในงานก่อสร้าง เราสามารถพบเห็นตัวอาคาร หรือ โรงงาน ที่สร้างด้วยแผ่นเมทัลชีท ปิดโดยรอบทั้งตัวอาคาร

(3) พลาสติก (plastic)

พลาสติก คือ สารประกอบอินทรีย์ (ORGANIC MATERIAL COMPOUNDS) ประกอบขึ้นจากโครงสร้างโมเลกุล ขนาดใหญ่เชื่อมต่อกันในลักษณะสายโซ่ พลาสติกเป็นสารสังเคราะห์ SYNTHETIC MATERIAL อันประกอบด้วย ออกซิเจน ไนโตรเจน คลอรีนและ คาร์บอน คุณสมบัติของพลาสติกแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับการเรียงตัวกันของธาตุทั้ง 5 ในโครงสร้างโมเลกุลของพลาสติกนั้น ๆ เรียกว่า “ POLYMER “ ประเภทของพลาสติกพลาสติก แบ่งออกเป็น 3ประเภท คือ

พลาสติกอ่อน (THERMOPLASTIC)

พลาสติกอ่อนเป็นพลาสติกที่เมื่อได้รับความร้อนจะหลอมไหลตัวได้ จึงสามารถนำมาหลอมนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ง่าย ข้อดีของพลาสติกอ่อนคือ สามารถนำกลับมาหลอมใช้ใหม่ได้อีก โมเลกุลของพลาสติกนั้น จะมีการเรียงตัวในลักษณะในลักษณะที่คล้ายกับเส้นใยวางสานกันทำให้พลาสติกมีความยืดหยุ่น ได้แก่

- พอลิเอทิลีน (Polyethylene: PE) เป็นพลาสติกที่ไอน้ำซึมผ่านได้เล็กน้อย แต่อากาศผ่านเข้าออกได้ มีลักษณะขุ่นและทนความร้อนได้พอควร เป็นพลาสติกที่นำมาใช้มากที่สุด ในอุตสาหกรรม เช่น ท่อน้ำ ถัง ถุง ขวด แท่นรองรับสินค้า
- พอลิโพรพิลีน (Polypropylene: PP) เป็นพลาสติกที่ไอน้ำซึมผ่านได้เล็กน้อย แข็งกว่าพอลิเอทิลีนทนต่อสารไขมันและความร้อนสูงใช้ทำแผ่นพลาสติกถุงพลาสติกบรรจุอาหารที่ทนร้อน หลอดดูดพลาสติก เป็นต้น
- พอลิสไตรีน (Polystyrene: PS) มีลักษณะโปร่งใส เปราะ ทนต่อกรดและด่าง ไอน้ำและอากาศซึมผ่านได้พอควร ใช้ทำชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น
- SAN (styrene-acrylonitrile) เป็นพลาสติกโปร่งใส ใช้ผลิตชิ้นส่วน เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น

- ABS (acrylonitrile-butadiene-styrene) สมบัติคล้ายพอลิสไตรีน แต่ทนสารเคมีดีกว่า เหนียวกว่า โปร่งแสง ใช้ผลิตถ้วย ถาด เป็นต้น
- พอลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride: PVC) ใสและอากาศซึมผ่านได้พอควร และป้องกันไขมันได้ดีมีลักษณะใส ใช้ทำขวดบรรจุน้ำมันและไขมันปรุงอาหาร ขวดบรรจุเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น ไวน์ เบียร์ ใช้ทำแผ่นพลาสติก ห่อเนยแข็ง ทำแผ่นแลมินเนตชั้นในของถุงพลาสติก
- ไนลอน (Nylon) เป็นพลาสติกที่มีความเหนียวมาก คงทนต่อการเพิ่มอุณหภูมิ ทำแผ่นแลมินเนตสำหรับทำถุงพลาสติกบรรจุอาหารแบบสุญญากาศ
- พอลิเอทิลีนเทเรพทาเลต (Polyethylene terephthalate: PET) เหนียวมาก โปร่งใส ราคาแพง ใช้ทำแผ่นฟิล์มบาง ๆ บรรจุอาหาร
- พอลิคาร์บอเนต (Polycarbonate: PC) มีลักษณะโปร่งใส แข็ง ทนแรงยึดและแรงกระแทกได้ดี ทนความร้อนสูง ทนกรด แต่ไม่ทนด่าง เป็นรอยหรือคราบอาหาร จับยาก ใช้ทำถ้วยจาน ชาม ขวดนมเด็ก และขวดบรรจุอาหารเด็ก
- พลาสติกแข็ง (THERMOSETTING) พลาสติกแข็งมีลักษณะเป็นผง สถานะที่แท้จริงจะอยู่ในรูปพลาสติกอ่อนจะแข็งตัวก็ต่อเมื่อเติมสาร “HARDENER” ลงไป พลาสติกแข็งเมื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์แล้ว จะคงรูปไม่สามารถนำกลับมาหลอมใช้งานได้ใหม่อีก โมเลกุลของพลาสติกแข็งนั้นจะจับตัวในลักษณะคล้ายพลาสติกอ่อน แต่ยุ่งมากกว่าและมีแรงยึดเกาะระหว่างโมเลกุลของพลาสติกแข็งแรงกว่าพลาสติกอ่อน เพราะมี HARDENER ช่วยสานด้วย ได้แก่
- เมลามีน ฟอรัมาลดีไฮด์ (melamine formaldehyde) มีสมบัติทางเคมีทนแรงดันได้ 7,000-135,000 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว ทนแรงอัดได้ 25,000-50,000 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว ทนแรงกระแทกได้ 0.25-0.35 ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิ ทนความร้อนได้ถึง 140 องศาเซลเซียส และทนปฏิกิริยาเคมีได้ดี เกิดคราบและรอยเปื้อนยาก เมลามีนใช้ทำภาชนะบรรจุอาหารหลายชนิด และนิยมใช้กันมาก มีทั้งที่เป็นสีเรียบและลวดลายสวยงาม ข้อเสียคือน้ำส้มสายชูจะซึมเข้าเนื้อพลาสติกได้ง่าย ทำให้เกิดรอยด่าง แต่ไม่มีพิษภัยเพราะไม่มีปฏิกิริยากับพลาสติก
- ฟีนอลฟอรัมาลดีไฮด์ (phenol-formaldehyde) มีความต้านทานต่อตัวทำละลายสารละลายเกลือและน้ำมัน แต่พลาสติกอาจพองบวมได้เนื่องจากน้ำหรือแอลกอฮอล์พลาสติกชนิดนี้ใช้ทำฝาขวดและหม้อ
- อีพ็อกซี (epoxy) ใช้เคลือบผิวของอุปกรณ์ภายในบ้านเรือน และท่อเก็บก๊าซ ใช้ในการเชื่อมส่วนประกอบโลหะ แก้ว และเซรามิก ใช้ในการหล่ออุปกรณ์ที่ทำจากโลหะและเคลือบผิวอุปกรณ์ ใช้ใส่ในส่วนประกอบของอุปกรณ์ไฟฟ้า เส้นใยของท่อ และท่อความดัน ใช้เคลือบผิวของพื้นและผนัง ใช้เป็นวัสดุของแผ่นกำบังนิวตรอน ซีเมนต์ และปูนขาว ใช้เคลือบผิวถนนเพื่อกันลื่น ใช้ทำโคมแข็ง ใช้เป็นสารในการทำสีของแก้ว

- พอลิเอสเตอร์ (polyester) กลุ่มของพอลิเมอร์ที่มีหมู่เอสเตอร์ในหน่วยซ้ำเป็นพอลิเมอร์ที่นำมาใช้งานได้หลากหลาย เช่น ใช้ทำพลาสติกสำหรับเคลือบผิว ขวดน้ำ เส้นใย พิล์มและยาง เป็นต้น ตัวอย่างพอลิเมอร์ในกลุ่มนี้ เช่น พอลิเอทิลีนเทเรฟทาเลต พอลิบิวทิลีนเทเรฟทาเลต และพอลิเมอร์ผลึกเหลวบางชนิด
- ยูรีเทน (urethane) ชื่อเรียกทั่วไปของเอทิลคาร์บาเมต มีสูตรทางเคมีคือ $\text{NH}_2\text{COOC}_2\text{H}_5$
- พอลิยูรีเทน (polyurethane) พอลิเมอร์ประกอบด้วยหมู่ยูรีเทน เตรียมจากปฏิกิริยาระหว่างไดไอโซไซยานต (di-isocyanates) กับ ไดออล (diols) หรือ ไตรออล (triols) ที่เหมาะสม ใช้เป็นกาว และน้ำมันชักเงา พลาสติกและยาง ชื่อย่อคือ PU


2.7.4.2 สรุปข้อมูลวัสดุที่ใช้กับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่



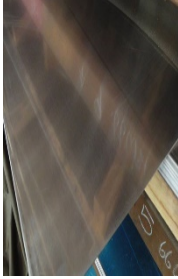
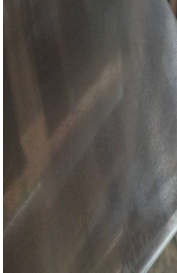
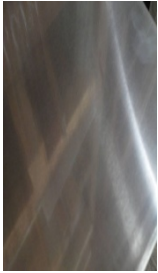






ภาพที่ 2.107 องค์ประกอบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน

ที่มา : <http://userexp.org/rodkhen4u.com.html>

ตารางที่ 2.1 องค์ประกอบของรถขายอาหารเคลื่อนที่ในปัจจุบัน

รายการ	ข้อมูล	ความต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3
A เหล็กกลม	มีลักษณะเป็นเหล็กกลม กลวงมีขนาดยาว	ใช้สำหรับขึ้นโครงสร้าง รอบตัวรถเข็น			
B แผ่นอะลูมิเนียม	มีลักษณะเป็นแผ่นผิวเรียบมันวาว	ใช้สำหรับติดตั้งกับโครงเหล็กตรงส่วนมือจับเพื่อเพิ่มพื้นที่การวางอุปกรณ์เพื่อการจำหน่าย เช่นวางเครื่องปรุงหรือ กระจก สำหรับใส่ข้าวเหนียว	 0.30 มม.	 0.45 มม.	 0.55 มม.
C เหล็กกลมมือจับ	มีลักษณะเป็นเหล็กกลม กลวง อาจมีการเพิ่มส่วนของการกระชับเพื่อการจับได้อย่างคล่องตัว	ใช้สำหรับการจับเพื่อการเข็นเคลื่อนที่			
D เหล็กเหลี่ยม	มีลักษณะเป็นเหล็กกลวงสี่เหลี่ยม	ใช้สำหรับรับน้ำหนัก โครงสร้างในส่วนของมือจับ			

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

รายการ	ข้อมูล	ความต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3
E แผ่นอะลูมิเนียม	มีลักษณะเป็นแผ่นผิวเรียบมันวาว และมีขนาดกว้าง	ใช้สำหรับเป็นส่วนรองรับส่วนของการประกอบอาหาร อาจจะมีการเจาะเพื่อใช้ในส่วนของการวางหม้อต้ม	 0.30 มม.	 0.45 มม.	 0.55 มม.
F เหล็กกันขอบรูดเส้น	มีลักษณะเป็นเหล็กกลวงสี่เหลี่ยมขนาดเล็ก	ใช้สำหรับกั้นสิ่งของที่จัดวางอยู่บนรถเข็น เช่น ตู้กระจก อุปกรณ์เครื่องปรุง และประกอบอาหาร			
G เหล็กแผ่นหลังคา	มีลักษณะเป็นแผ่นเหล็กผิวเรียบ มีขนาดกว้าง	ใช้สำหรับเป็นส่วนของหลังคารถเข็นเพื่อการกันแดดกันฝน อาจมีการติดฉนวนกันความร้อนใต้หลังคาและติดตั้งไฟส่องสว่างเพื่อช่วยในการจำหน่าย			

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

รายการ	ข้อมูล	ความ ต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3
H เหล็ก เหลี่ยม โครง หลังคา	มีลักษณะ เป็นเหล็ก กลวง สี่เหลี่ยม	ใช้สำหรับขึ้น โครงสร้าง ตามรูปแบบ ของหลังคา			
I แผ่นบาน พับข้าง รถเข็น	มีลักษณะ เป็นแผ่น เหล็กที่เชื่อม ติดกับ โครงสร้าง เหล็ก สามารถพับ กางและเก็บ ได้	ใช้สำหรับวาง อุปกรณ์เพื่อ ประกอบการ จำหน่าย	 0.30 มม.	 0.45 มม.	 0.55 มม.
J ล้อหน้า	มีลักษณะ เป็นล้อยางมี ขนาดเล็ก ตั้งแต่ 10-8 นิ้ว มีทั้ง แบบที่ สามารถเติม ลมได้และ แบบเติมลม ไม่ได้	ใช้สำหรับการ เคลื่อนที่ของ รถเข็น			
K ล้อหลัง	มีลักษณะ เป็นล้อกลม ใหญ่ตรง กลางมีดุม และซี่ลวด บ้างก็เป็น แบบล้อเติม ลมยางได้	ใช้สำหรับการ เคลื่อนที่ของ รถเข็น			

2.7.5 หลักการยศาสตร์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

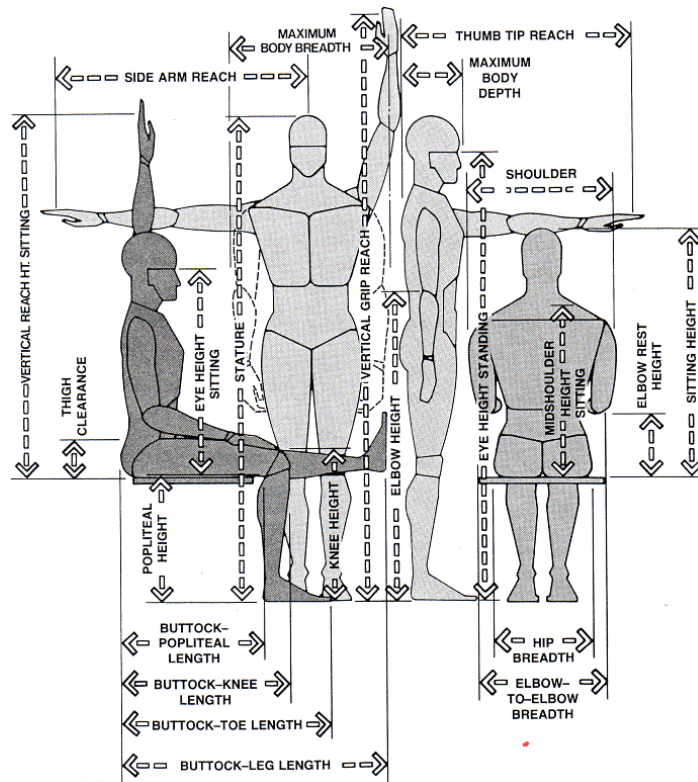
ตารางที่ 2.2 ค่าตัวเลขอัตราส่วนระหว่างมิติต่างๆของร่างกายของชาย-หญิงของไทย

รหัส	ตำแหน่ง	ชายไทย			หญิงไทย		
		ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย
1	ความสูงยืน	185.6	148.1	166.5	172.4	136.5	153.3
2	ความสูงระดับสายตา	176.6	136.9	155.1	160.0	124.4	142.6
3	ความสูงปลายไหล่	154.3	119.5	136.2	144.0	103.9	125.5
4	ความสูงกึ่งกลางกำป็น	90.0	57.3	73.7	80.4	57.8	68.8
5	ความสูงข้อศอก	119.4	89.0	104.0	110.5	68.5	95.5
6	ความสูงเออมนมชนบน	217.45	186.1	201.5	189.6	160.8	184.9
7	ความสูงกลางหัวเข้า	64.3	34.0	45.3	47.8	32.4	40.6
8	ระยะเออมนแขนไปข้างหน้า	85.3	72.8	78.8	80.6	48.7	63.0
9	ระยะห่างจุดปลายไหล่	44.8	27.4	39.0	39.9	26.2	31.1
10	ระยะข้อศอกถึงจุด(ขณะงอ) กึ่งกลางกำป็น	43.3	25.2	32.8	38.3	24.0	29.4
11	ระยะห่างระหว่างไหล่ถึงจุด กึ่งกลางกำป็น	81.7	48.9	62.6	72.3	40.7	56.2
12	ความกว้างระดับข้อศอก	64.8	34.1	44.8	52.5	30.0	39.1
13	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ศีรษะ	99.8	68.0	87.3	91.5	70.3	80.6
14	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ตา	95.4	57.3	76.2	80.0	60.5	69.5
15	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ไหล่	89.6	44.5	57.8	69.5	44.8	52.1
16	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ข้อศอก ขณะงอ	43.9	16.2	24.0	33.5	12.8	21.6
17	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ต้นขา	24.4	6.40	14.8	18.1	10.6	13.5
18	ความสูงจากพื้นตอนบน – ข้อ เข้า	74.5	35.2	52.3	55.7	36.1	48.3
19	ความสูงของหน้าแข้ง	52.4	35.2	52.3	55.7	36.1	48.3
20	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง	47.4	24.9	40.6	44.3	28.2	36.5
21	ความกว้างไหล่ (ขณะนั่ง)	57.2	34.0	44.2	47.5	29.0	38.3
22	ความกว้างสะโพก (ขณะนั่ง)	45.4	22.0	33.4	42.0	20.5	32.9
23	ความกว้างข้อศอกกางออก ใน แนวระดับ	101.5	68.2	88.1	93.2	69.0	80.3

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

รหัส	ตำแหน่ง	ชายไทย			หญิงไทย		
		ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย
24	ระยะห่างเส้นสัมผัสกัน - ข้อพับ ที่หัวเข่า	70.0	40.0	48.3	57.4	35.3	46.6
25	ระยะห่างหน้าท้อง - หัวเข่า	55.3	24.4	37.8	44.2	22.6	31.2

ที่มา : อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549)



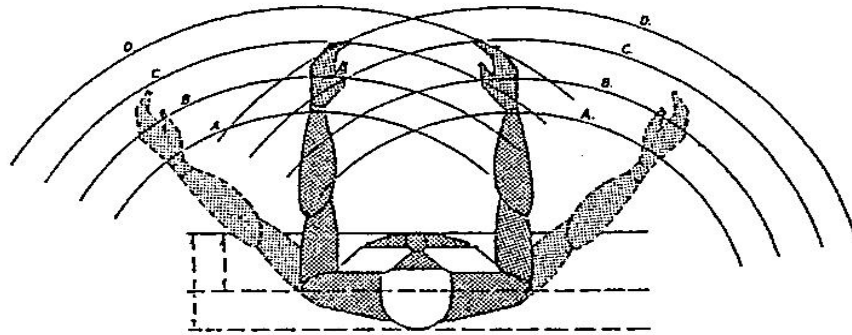
ภาพที่ 2.108 การนั่งและยืนพร้อมทั้งการยืนแขนและขา

ที่มา : <http://www.k-state.edu/udlearnsite/Lesson4.htm>

ตารางที่ 2.3 การแสดงตัวเลขขนาดรัศมีการเอื้อมในระยะต่างๆ

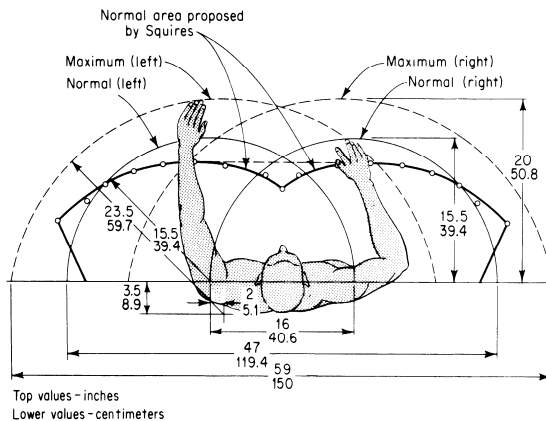
	รัศมีเอื้อม		ระยะกว้าง		ระยะไกล		ระยะห่าง	ระยะเอื้อมห่างตา	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง		ชาย	หญิง
A	600	565	1530	1450	650	500	20	630	480
B	650	615	1530	1450	700	615	20	780	480
C	600	565	1530	1450	850	705	20	830	685
D	650	615	1630	1550	1000	815	20	800	795

ที่มา : อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549 : 77)



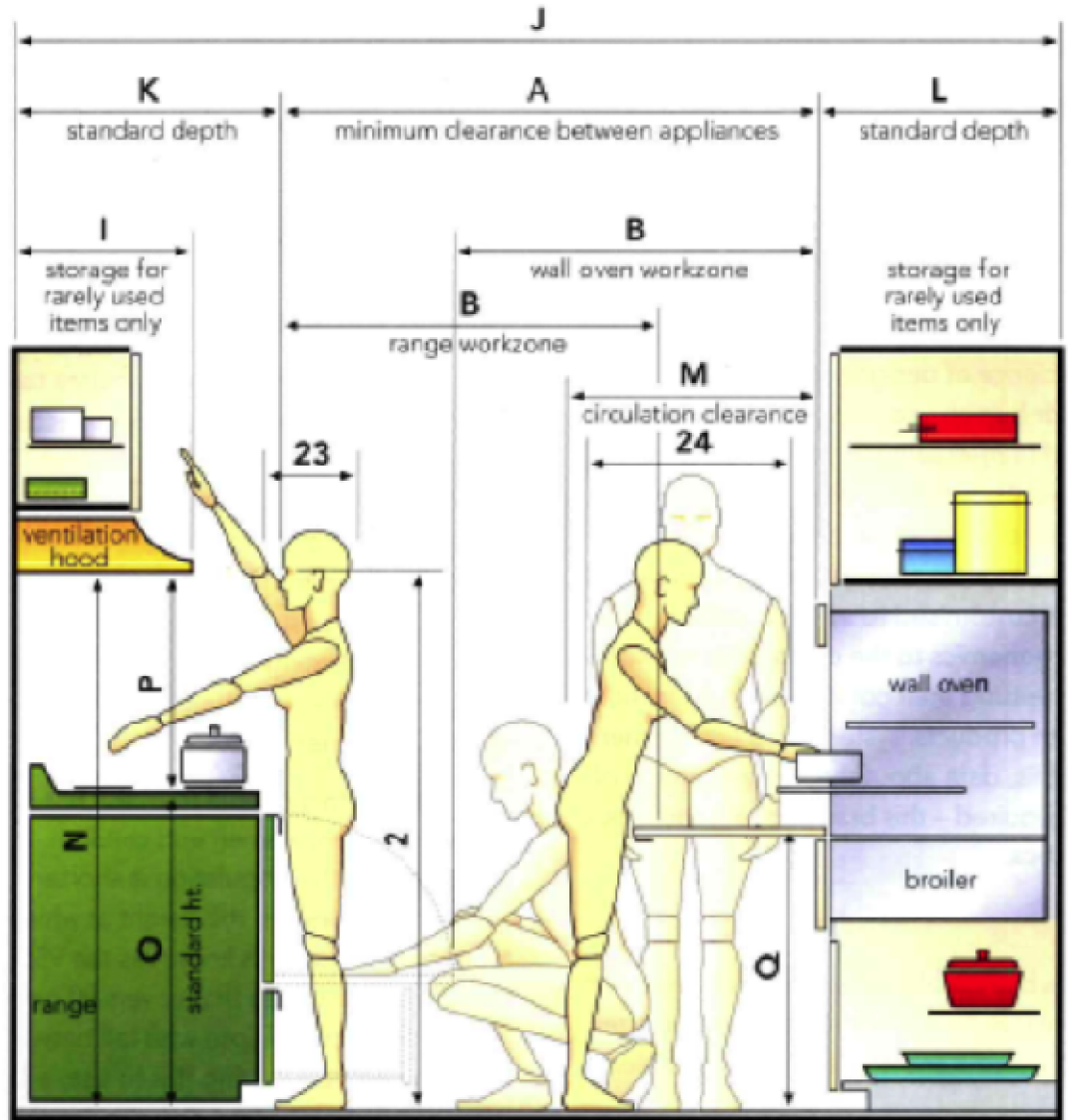
ภาพที่ 2.109 การแสดงภาพของรัศมีการเอื้อมในลักษณะต่างๆ

ที่มา : อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549 : 77)



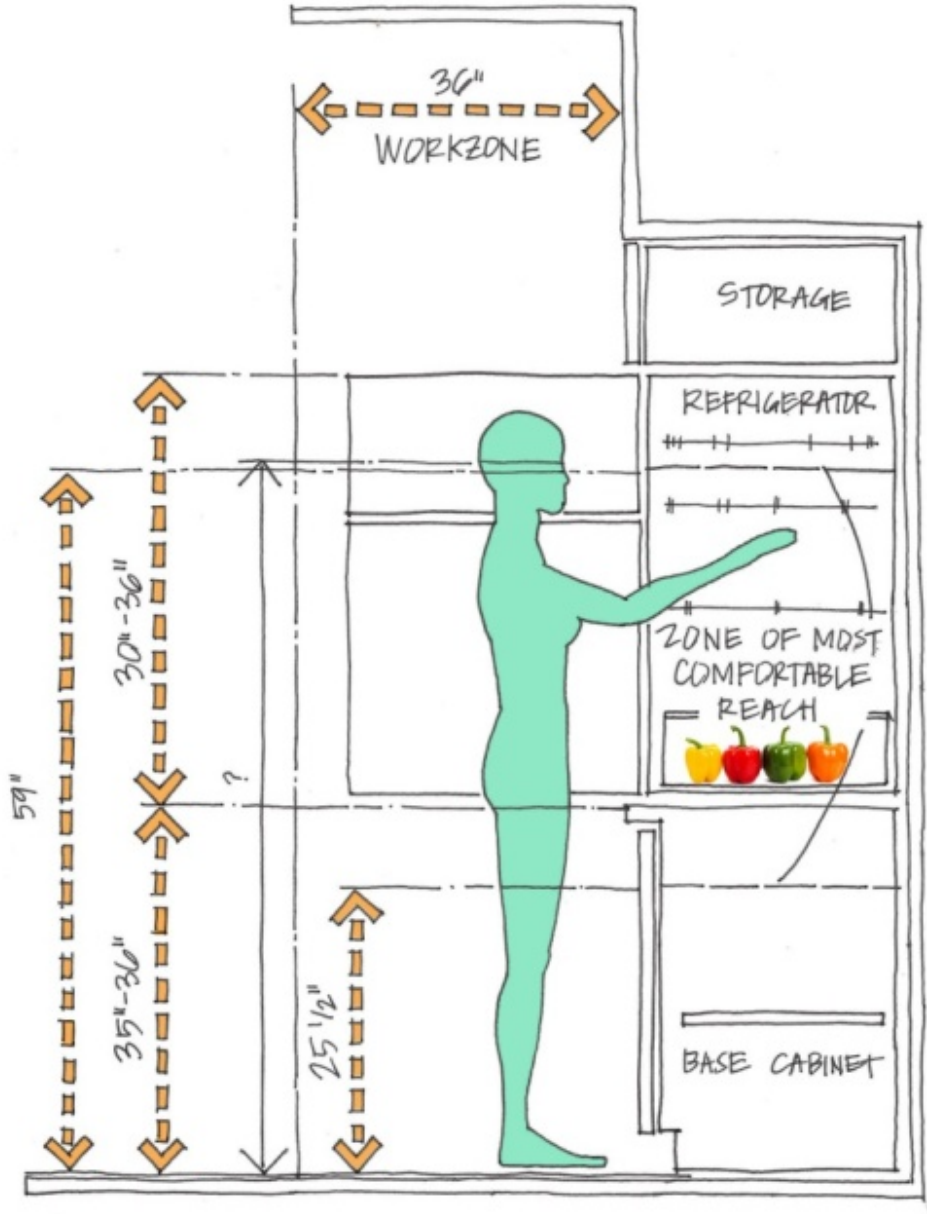
ภาพที่ 2.110 การแสดงภาพของรัศมีการเอื้อมในลักษณะต่างๆ

ที่มา : erco.human.cornell.edu



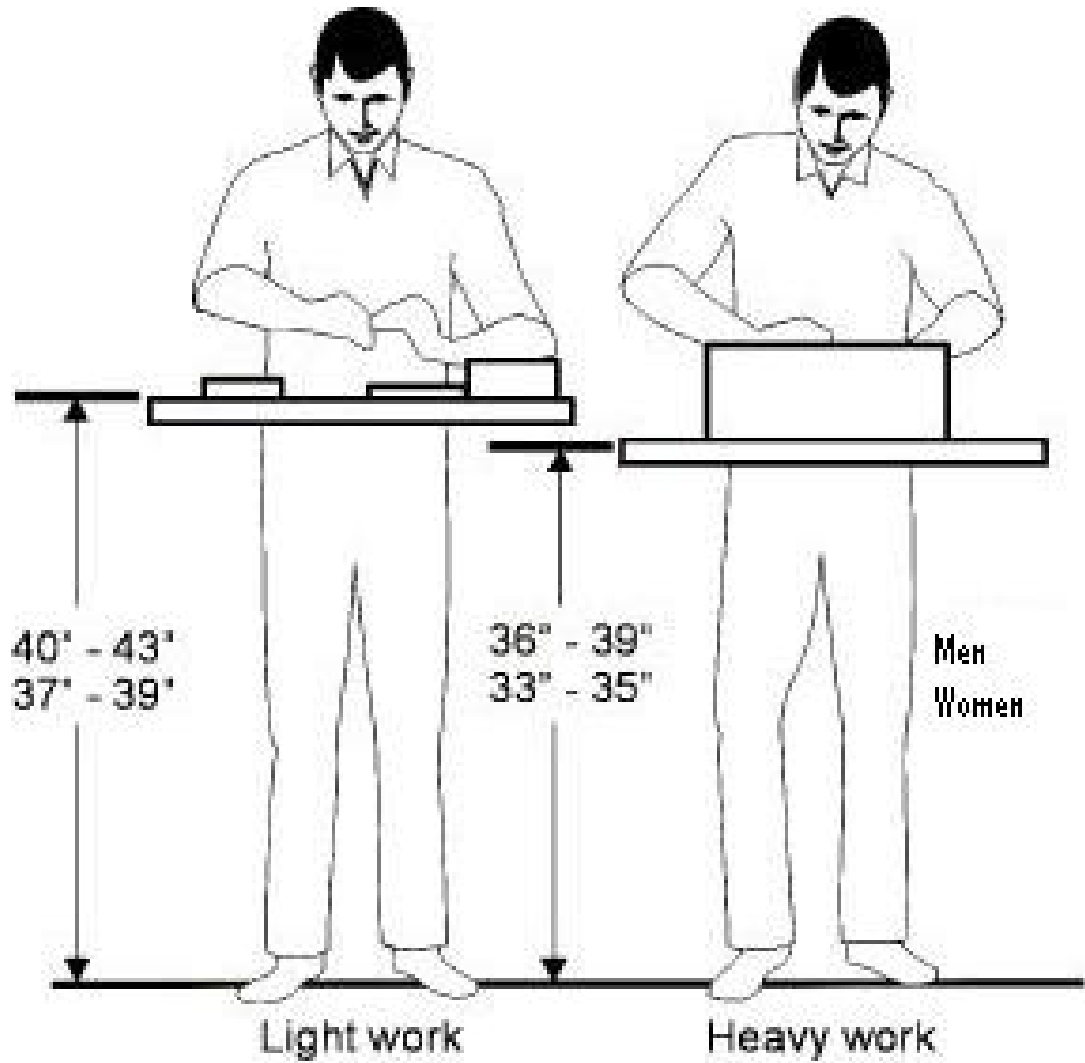
ภาพที่ 2.111 สัดส่วนมนุษย์กับการประกอบอาหาร 1

ที่มา : <http://imagedload.co/3686244-anthropometrics-and-ergonomics.html>



ภาพที่ 2.112 สัดส่วนมนุษย์กับการประกอบอาหาร 2

ที่มา : <http://imageload.co/3686244-anthropometrics-and-ergonomics.html>

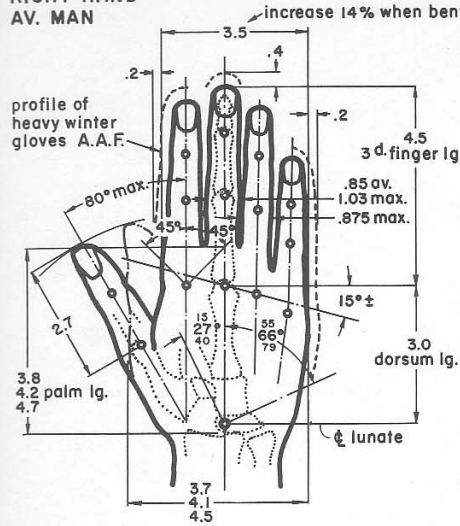


ภาพที่ 2.113 น้ำหนักกับความสูงของพื้นที่ทำงาน

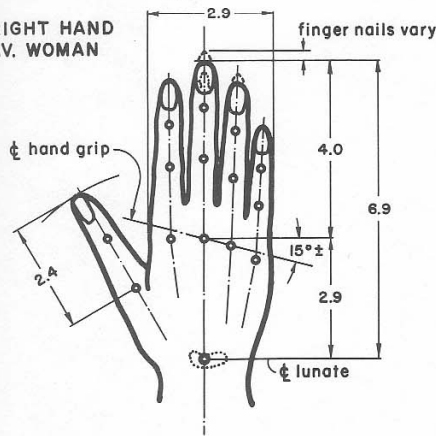
ที่มา : <http://www.getdomainvids.com/keyword/standing%20ergonomics>

HAND MEASUREMENTS OF MEN, WOMEN AND CHILDREN

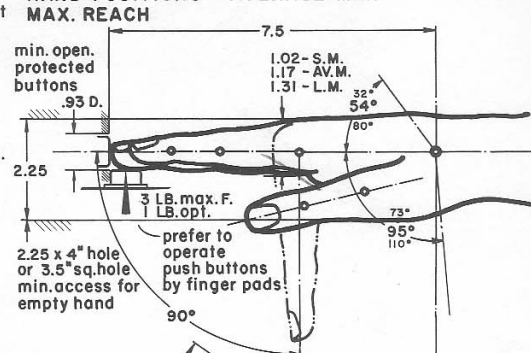
RIGHT HAND
AV. MAN



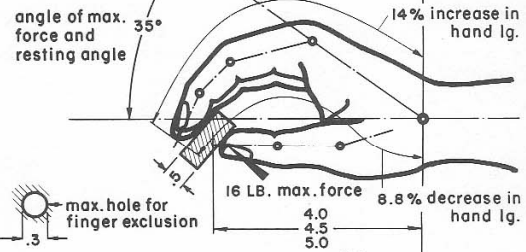
RIGHT HAND
AV. WOMAN



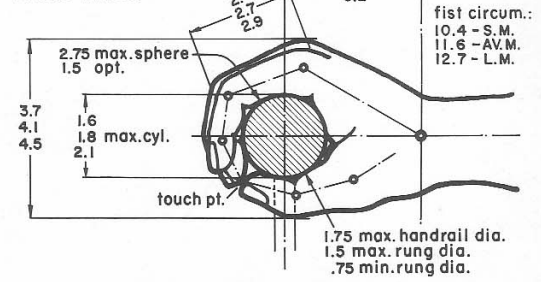
HAND POSITIONS - AVERAGE MAN
MAX. REACH



FINGER GRIP



HAND GRASP



HAND DATA	MEN			WOMEN			CHILDREN			
	2.5% tile	50.% tile	975% tile	2.5% tile	50.% tile	975% tile	6 yr.	8 yr.	11 yr.	14 yr.
hand length	6.8	7.5	8.2	6.2	6.9	7.5	5.1	5.6	6.3	7.0
hand breadth	3.2	3.5	3.8	2.6	2.9	3.1	2.3	2.5	2.8	—
3 ^d .finger lg.	4.0	4.5	5.0	3.6	4.0	4.4	2.9	3.2	3.5	4.0
dorsum lg.	2.8	3.0	3.2	2.6	2.9	3.1	2.2	2.4	2.8	3.0
thumb length	2.4	2.7	3.0	2.2	2.4	2.6	1.8	2.0	2.2	2.4

ภาพที่ 2.114 การยศาสตร์ของมือกับการทำงาน

ที่มา : <http://www.sozostudio.com/ergonomics>

รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของคุณได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของคุณ จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของคุณคนนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของคุณ ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของคุณไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

2.7.6.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น สรุปว่าสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ มีด้วยกัน ดังนี้ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement)

ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่างๆ

2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition)

คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction)

หมายถึง สิ่งต่างๆที่สนองความต้องการของคุณ

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness)

หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล (personal factors)

หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านงาน (factor in the Job)

ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านการจัดการ (factors controllable by management)

ได้แก่ ความมั่นคงในงานรายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน เป็นต้น

2.7.6.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ فروยด์

2.7.6.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H. Maslow) ค้นหารีวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ ดังนี้

(1) ความต้องการทางกาย (physiological needs)

เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

(2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs)

เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

(3) ความต้องการทางสังคม (social needs)

เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

(4) ความต้องการการยกย่อง (esteem needs)

เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

(5) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs)

เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2.7.6.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยา มีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ขณะที่ ชารีณี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำการใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

(1) ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism)

เป็นธรรมชาติของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความสุขแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

(2) ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism)

เป็นธรรมชาติของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

(3) ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism)

ธรรมชาตินี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษยหรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 วราชัย ชิงทอง (2555 : 17-19) เรื่อง “เอกลักษณ์ร้านอาหารอีสานตำมั่ว”

เอกลักษณ์ของร้าน (Retail Identity : RI) แสดงตัวออกมาได้ทุกๆส่วนของการออกแบบทั้งสถาปัตยกรรมภายใน ภายนอก , วัสดุ , เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง ซึ่งขั้นตอนของการออกแบบเอกลักษณ์องค์กรเริ่มจากการค้นคว้าวิจัยและวิเคราะห์ , การออกแบบและพัฒนาแบบรวมถึงประยุกต์และนำไปใช้ สามารถแสดงความเด่นชัดขององค์กรออกมา ซึ่งมีความแตกต่างอยู่กับร่องกับรอย มีความเป็นหนึ่งเดียว รวมถึงการต่อยอดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความภักดีต่อองค์กรหรือตรา ยี่ห้อ อันจะเกิดผลดีต่อธุรกิจในระยะยาวที่สุด (อรรถพร เพชรานนท์,2551:29)

ลักษณะของเอกลักษณ์ ที่มีประสิทธิภาพในการออกแบบเอกลักษณ์องค์กร จำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะบางอย่าง ได้แก่

2.8.1.1 ทำให้องค์กรดูมีพลังมากขึ้น

ดูเรียบง่าย กระชับ และสื่อความหมายได้ชัดเจน ในเรื่องของคุณภาพ

2.8.1.2 เป็นเสมือนตัวกระตุ้นที่ทรงพลัง

มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นให้เกิดแรงตอบสนองต่อสินค้าและองค์กร เมื่อคนเห็นเครื่องหมายแล้วก็จะนึกถึงองค์กร

2.8.1.3 เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในด้านการโฆษณา

เนื่องจากเอกลักษณ์ที่ดีจะอยู่กับองค์กรเป็นระยะเวลานาน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการโฆษณาหรือจัดโปรโมชั่นต่างๆเพื่อให้ผู้คนจดจำองค์กรได้ดีจากเอกลักษณ์ขององค์กรนั้น

2.8.1.4 เป็นสิ่งที่จดจำได้

เอกลักษณ์ที่จะประสบความสำเร็จ จะต้องมิตุสมบัติที่สำคัญ คือ ชวนให้คิดและต้องทำให้นึกถึงตลอดเวลา การชวนให้คิดถึงเมื่อลูกค้ามีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าและนึกถึงชื่อหรือเอกลักษณ์ขององค์กร และการทำให้นึกถึงเมื่อลูกค้าเห็นสัญลักษณ์ขององค์กรก็จะนึกถึงสินค้าหรือรายละเอียดอื่นๆของบริษัท

หากเอกลักษณ์องค์กรสามารถแสดงคุณสมบัติทั้ง 4 ข้อข้างต้นได้ ถือว่าองค์กรนั้นมีเอกลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ และมีความได้เปรียบคู่แข่ง ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในที่สุด

การออกแบบเอกลักษณ์ร้านค้า ซึ่งก็คือ Retail Identity : RI ประกอบไปด้วย

2.8.1.4.1 องค์ประกอบของการออกแบบภายนอก (Exterior Identity Elements) ประกอบไปด้วย สัญลักษณ์,ทางเข้า,พื้นที่รวม,หน้าต่าง ฯลฯ

2.8.1.4.2 องค์ประกอบของการออกแบบภายใน (Interior Identity Elements) ประกอบไปด้วย พื้นที่รวมภายใน,ผังอาคาร,แสง,พื้น,ผนัง,เพดาน

2.8.1.4.3 องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Identity Elements) หรือการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ประกอบไปด้วยที่นั่งต่างๆ,Counter bar เป็นต้น

2.8.1.4.4 องค์ประกอบของการออกแบบตกแต่ง (Prop Identity Elements) ประกอบไปด้วย รูปภาพและงานกราฟิกต่างๆ

ด้วยการแข่งขันทางธุรกิจที่มีสูงมากในปัจจุบัน ภารกิจการออกแบบร้าน จึงจำเป็นต้องออกแบบให้โดดเด่นและแตกต่างจากร้านอื่นๆ เริ่มจากการเปรียบเทียบ ด้านร้านอาหาร, ชื่อ, โลโก้, สี, แบนด์, แนวทางการออกแบบ วัตถุประสงค์, องค์ประกอบของการออกแบบทั้งภายนอกและภายใน, เปรียบเทียบเอกลักษณ์, ความเป็นมา, สภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน, แนวทางการพัฒนาต้นแบบร้าน, การเสนอแนะแนวทางการออกแบบ, การออกแบบร้าน

การออกแบบเอกลักษณ์ร้าน(Retail Identity : RI) นับเป็นส่วนสำคัญที่เราัมักพบเห็นและสัมผัสองค์ประกอบของการออกแบบได้ดี ตั้งแต่สภาพแวดล้อมภายนอก หน้าร้าน ทางเข้า จนไปอยู่ในสภาพแวดล้อมภายใน (Interior Space) สัมผัสกับ พื้น ผนัง เพดาน การใช้แสง เพอร์นิเจอร์ต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ประดับประดาภายในร้าน ทำให้เห็นความแตกต่าง และโดดเด่น ของแต่ละแบรนด์ ในบรรดาคู่แข่งประกอบดังกล่าว นับเป็นสิ่งสำคัญ (Signature) ที่เห็นได้ (Key Visual Elements) มากกว่าหนึ่งองค์ประกอบ แต่มีสิ่งสำคัญที่สุดในร้าน ซึ่งอาจเรียกว่า “Key Visual Magnet” ซึ่งทำให้เป็นจุดเด่น แตกต่าง อยู่กับร่องกับรอย ความเป็นหนึ่งเดียว รวมถึงการตอกย้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความภักดีต่อองค์กรเป็นผลดีต่อธุรกิจในระยะยาวที่สุด (อรรถพร เพชรานนท์, 2551 : 30)

2.8.2 เอกลักษณ์ จารุกิจไพศาล (2557 : 30-32) เรื่อง “การแสดงผลเอกลักษณ์ของร้านอาหารอีสาน : กรณีศึกษา ร้านอาหารอีสานในเขตกรุงเทพมหานคร”

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะอัตลักษณ์เป็นลักษณะร่วมกันที่จะช่วยเสริมสร้างการเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข หากสังคมมีความแตกต่างเรื่องอัตลักษณ์กันมาก จะทำให้เกิดความขัดแย้งทางอัตลักษณ์ขึ้น และนำไปสู่ความรุนแรงจนถึงขั้นการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ เพราะถือว่าเผ่าพันธุ์ของตนมีความเป็นอารยะมากกว่า

การสร้างอัตลักษณ์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการครอบครัวตัวตน จากตัวตนดั้งเดิมเป็นตัวตนชนิดใหม่ เช่นเดียวกับอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่ถูกสร้างขึ้นจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ด้วยการนำวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างหลากหลายของคนในชาติกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมาเป็นวัฒนธรรมหลัก แล้วใช้เป็นเครื่องมือในการหล่อหลอมอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ คือ การใช้สัญลักษณ์ เพราะเป็นการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านสัญลักษณ์หลายรูปแบบ เห็นได้จากการที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ และระบบคุณค่าที่ติดตัวมาให้กับมนุษย์ เช่น ความเป็นพ่อ ความเป็นแม่ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี ความเป็นภรรยา ตราประจำมหาวิทยาลัย แหวนรุ่น ภาษา เสื้อผ้าที่ใส่ เป็นการใช้อนุสัญญลักษณ์สร้างภาพแทนความจริง แสดงให้เห็นแนวทางที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคล และแยกแยะตัวเราด้วยความแตกต่างจากบุคคลอื่น

กล่าวได้ว่า อัตลักษณ์เกิดขึ้นโดยพัฒนาจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์และกระบวนการขัดเกลาภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรม จากกระบวนการดังกล่าวบุคคลจะมีอัตลักษณ์ของตน ซึ่ง

เป็นภาพที่บุคคลมีต่อตนเอง ทั้งจากการกำหนดของสังคมและการกำหนดของตนเอง อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นสิ่งที่กำหนดบทบาทและพฤติกรรมของบุคคลในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมต่อไป

อาหารอีสานถูกสร้างขึ้นจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นจนมีอัตลักษณ์ของตนเองที่แตกต่างจากวัฒนธรรมด้านการรับประทานอาหารกับภาคอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ทางด้านรสชาติของอาหารที่เข้มข้น อัตลักษณ์ทางด้านวัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงอาหาร เช่น ปลา ร้า ข้าวคั่ว เป็นต้น ซึ่งร้านอาหารอีสานจะนำอัตลักษณ์เหล่านี้มาแสดงออกโดยสัมพันธ์กับสัญลักษณ์ด้านภาษา เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการตั้งชื่อร้านอาหาร ที่บ่งบอกความเป็นอีสาน รายการอาหารอีสาน รวมทั้งการตกแต่งร้านที่แยกแยะตัวตนด้วยความแตกต่างจากร้านอาหารของภาคอื่นๆ เพื่อสื่อให้คนทุกภาคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถรับรู้ถึงความเป็นอีสานได้โดยไม่ยาก

2.8.3 นิกร ศรีเสน (2549 : 20-21) เรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอีสานของผู้บริโภคในตลาดดินแดง”

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งจะต้องให้ความสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจให้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

2.8.3.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นและเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

2.8.3.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์

เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยเพื่อกระตุ้นความต้องการ

2.8.3.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา

เช่น การกำหนดสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นเป้าหมาย

2.8.3.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย

เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

2.8.3.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด

เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แจก แลก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2.8.3.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่นอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

2.8.3.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ

เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

2.8.3.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี

เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

2.8.3.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง

เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านั้น จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ เป็นต้น

2.8.3.2.1 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2.8.4 พัฒนพงศ์ จงไพรัตน์ (2555 : 4) เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา : ร้านอาหารอีสาน ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงที่ว่าการอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น”

ธุรกิจร้านอาหารถือเป็นธุรกิจที่ใช้เวลาทำการประมาณ 11 ชั่วโมงต่อวัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหมั่นพัฒนาและปรับปรุงสม่ำเสมอในด้านฝีมือการปรุงอาหาร การจัดเสิร์ฟอาหาร การบริการดี การจัดการต้นทุนการผลิต การจัดเก็บวัตถุดิบ การถนอมอาหาร การจัดจ้างพนักงาน การตลาดกลุ่มเป้าหมาย และการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ใบอนุญาตประกอบการ ใบอนุญาตการจัดซื้อ หรือเช่าซื้อสถานที่ประกอบการ

ประเภทธุรกิจร้านอาหาร แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ร้านอาหาร Traditional – มักจะเป็นอาหารหลากหลายประเภท กลุ่มลูกค้าหลากหลาย
2. ร้านอาหาร Ethnic – จะเน้นอาหารประจำท้องถิ่น ประเทศต่างๆ
3. ร้านอาหาร Specialty – จะเน้นอาหารที่มีการจัดเตรียมแตกต่างมากจากร้านอาหารทั่วไป เช่น มังสวิรัติ
4. ร้านอาหาร Coffee Shop – จะเน้นอาหารว่างและเครื่องดื่มเป็นหลัก
5. ร้านอาหาร Fast Food – มักจะเป็นอาหารที่จัดเตรียมอย่างง่าย ใช้เวลาน้อย เมนูจำกัด นิยมจัดการในรูปแบบ Franchise
6. ร้านอาหาร Cafeteria– มักจะเป็นอาหารที่จัดเตรียมมาแล้ว ผู้บริโภคมีจำนวนมาก
7. ร้านอาหาร Self-Serve – มักจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ไม่มีพนักงานเสิร์ฟ ลูกค้ามักจะบริการตัวเอง

ร้านอาหารอีสานจัดว่าอยู่ในร้านอาหารประเภท Ethnic จะเน้นอาหารประจำท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเภท ลาบ น้ำตก ส้มตำ ฯลฯ

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการรับประทานอาหารของชาวอีสานและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน และสุดท้ายเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสานที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิดต่างๆ และศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยของแต่ละขั้นตอนในประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยวิธีดำเนินงานวิจัยศึกษาและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ได้แบ่งขั้นตอนของการศึกษาในประเด็นข้างต้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กรณีศึกษาด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสาน โดยผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgementorpurposive sampling) ได้ผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมด 13 คน ได้แก่

- (1) รองศาสตราจารย์ ดร.บุญนาค จินตนา
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์เกษตร แขนงวิชาอุตสาหกรรมเกษตร
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) ผู้ประกอบการร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ภายในเขตลาดกระบัง 5 คน
- (3) ผู้ประกอบการร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ภายในเขตประเวศ 3 คน
- (4) ผู้ประกอบการร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ภายในเขตมีนบุรี 4 คน

3.1.2 กรณีศึกษาด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิในตำแหน่งนักวิชาการและนักออกแบบในภาครัฐโดยผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกสุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgement or purposive sampling) ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรที่ดีสามารถอ้างอิงหรืออนุมาน (Make inference) ได้ผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมด 5 คน ได้แก่

- (1) รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท ดร. พิชัย สดภิบาล
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน
สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) อาจารย์ธีรภัต เลิศขำของกุล
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตร์การออกแบบ
สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (3) อาจารย์ณรทัย จันเสน
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรสถาปัตยกรรม
สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(4) รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา บุณนาค

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร แขนงวิชาอุตสาหกรรมเกษตร

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(5) อาจารย์ดารณี ธนวัฒน์

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตร์การออกแบบ

สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.1.3 กรณีศึกษาด้านการประเมินความคิดเห็นในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประชากรชาวอีสานที่เข้ามาทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากผลการสำรวจสำมะโนประชากรและการเคหะ พ.ศ.2533 และพ.ศ.2543 พบว่ามีครัว้อยละ 58 จากประชากรชาวอีสานทั้งหมดที่เข้ามาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจไปยังเขตที่มีนิคมอุตสาหกรรม ภายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา ในด้านความคิดเห็นในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ดังนี้

- นิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี
- นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เขตลาดกระบัง
- นิคมอุตสาหกรรมอัญธานีและนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โครงการ เขตประเวศ 2

และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญขณะลงพื้นที่ (Accidental sampling) ซึ่งผู้วิจัยเองได้กำหนดการประเมินความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จำนวน เขตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่ โดย 3

) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Purposive sampling กับกลุ่มผู้ประกอบการที่จะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเจ้าของกิจการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงเจ้าของกิจการ

(2) กลุ่มผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จำนวน เขตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่ โดย 3

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับผู้ที่รับประทานอาหารอีสาน ใน เขตดังกล่าว 3

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผู้บริโภคทั้งหมด 60 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

3.2.1.1 ใช้เครื่องมือแบบสังเกต โดยการลงพื้นที่ของผู้วิจัย และบันทึกสิ่งที่สังเกตได้จากรถเข็นขายอาหารเคลื่อนที่รูปแบบเดิม ลงไปในแบบสังเกต

3.2.1.2 ใช้เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ศึกษาข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยและขั้นตอนของการออกแบบ ตามกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

กรอบแนวคิดด้านวัฒนธรรมภายในสังคม สังคมขนาดใหญ่จะมีวัฒนธรรมย่อยๆหรือกลุ่มของประชากรที่มีพฤติกรรมและความเชื่อที่แตกต่างกันไปในสังคม วัฒนธรรมย่อยนี้อาจจะมีความโดดเด่นจากกลุ่มอายุของสมาชิกหรือโดยเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ชั้นทางสังคมหรือเพศ คุณลักษณะที่เป็นตัวบ่งบอกลักษณะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอาจจะเป็น สุนทรียภาพ ศาสนา อาชีพ การเมือง เพศ หรือความสำคัญขององค์ประกอบเหล่านี้ (สำราญ ผลดี.2557 : 11-12)

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

3.2.2.1 ใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง (Structure interview)ศึกษาข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เป็นการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ประกอบกับแบบร่างในขั้นตอนการออกแบบพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 3 รูปแบบ โดยสัมภาษณ์หรือสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อพิจารณาแบบโดยให้สอดคล้องกับหลักการออกแบบโดยใช้แบบประเมินให้ค่าแบบ (Ratingscale) ตามกรอบแนวคิดในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ (เยาวฤทธิ กระตุกฤษ.2545:54) ดังนี้

- (1)ด้านวัสดุและอุปกรณ์)Raw Materials(
- (2)ด้านประโยชน์ใช้สอย)Function(
- (3)ด้านความแข็งแรง)Construction(
- (4)ด้านกรรมวิธีการผลิต)Production(
- (5)ด้านความปลอดภัย)Safety(

(6)ด้านความสวยงามน่าใช้)Aesthetics or Sales Appeal(

(7)ง่ายต่อการบำรุงรักษา)Easy to Maintenance(

(8)การขนส่ง)Transportation(

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

3.2.3.1 ใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ศึกษาข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เป็นการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาพลักษณ์ของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ประกอบกับแบบร่างในขั้นตอนการออกแบบพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 3 รูปแบบ โดยสัมภาษณ์หรือสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เพื่อพิจารณาแบบใดให้สอดคล้องกับหลักการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์โดยใช้แบบประเมินให้ค่าแบบ (Ratingscale) ตามกรอบแนวคิดด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ (Cee B.M. van RielandJohnM.T.Balmer, 1997: 340) และ (ชัยรัตน์ อัครวางกูร.2548 : 40, 52-53, 80-81) ดังนี้

- (1) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจน
- (2) การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน
- (3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อช่วยให้ทราบถึงความชื่นชอบของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
- (4) การกำหนดข้อความสำคัญที่ต้องใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์และลำดับความสำคัญของการสื่อสารและขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร

(Cee B.M .van RielandJohnM.T.Balmer, 1997: 340)

- (5) การสร้างจุดจดจำให้กับผลิตภัณฑ์
- (6) การออกแบบรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยได้อย่างลงตัว
- (7) การออกแบบให้มีความแปลกใหม่

.ชัยรัตน์ อัครวางกูร)2548 : 40, 52-53,80 -81)

3.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

3.2.4.1 ใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถามความพึงพอใจ แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) โดยวิธีสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภคอาหารอีสาน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมจำนวนทั้งสิ้น 60 คน

เป็นการประเมินความพึงพอใจ ด้านรูปแบบของรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์

ให้กับผลิตภัณฑ์โดยใช้แบบประเมินให้ค่าแบบ (Ratingscale) ตามกรอบแนวคิดด้านการประเมินความพึงพอใจของ(ดวงฤทัย อารังโชติ, 2550 : 133-134) ดังนี้

- (1) ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน
- (2) มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม
- (3) สอดคล้องกับเป้าหมาย
- (4) มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์

การแบ่งระดับความคิดเห็นโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ในแต่ละข้อสามารถเลือกคำตอบตามความพึงพอใจของผู้ตอบ โดยเลือกตามน้ำหนักคะแนนดังนี้

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

3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ โดยลำดับขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

3.3.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร ผลงานการวิจัย หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและวิธีการ ตลอดจนข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ

3.3.2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ตรวจสอบและแก้ไขเพิ่มเติมให้เกิดความถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างตรงเป้าประสงค์

3.3.3 ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความตรง IOC (Index Of Item Objective Congruence)

ซึ่งมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อความของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

คะแนนคำถามแต่ละข้อรายละเอียด ดังต่อไปนี้ คือ ค่า +1, ค่า 0, ค่า -1

- | | |
|--------------|--|
| ค่า +1 คะแนน | แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ |
| ค่า 0 คะแนน | ไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ |
| ค่า -1 คะแนน | แน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ |

ถ้าข้อความใดที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 ถือว่ามีความเที่ยงตรง ใช้ได้โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจค่า IOC เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

- (1) รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตร์การออกแบบ
สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) อาจารย์ ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (3) อาจารย์ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตร์การออกแบบ
สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์โดยแบ่งภาคเอกสาร และการใช้เครื่องมือในการวิจัย ตามประเภท ดังนี้

3.4.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ

3.4.1.1 การสำรวจ จากการสำรวจรูปแบบรถขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่โดยผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกและถ่ายภาพ เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประชากรชาวอีสานที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาหาข้อมูลผู้วิจัยพบว่าเหตุผลที่ทำให้ชาวอีสานอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครก็เพราะเข้ามาหางานทำซึ่งมีร้อยละ 58 จากผลการสำรวจสำมะโนประชากรและการเคหะ พ.ศ.2533 และพ.ศ.2543 เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำไปเป็นข้อมูลในการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลของร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ในเขตที่มีนิคมอุตสาหกรรมอยู่ ซึ่งประกอบไปด้วย

- (1) นิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี
- (2) นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เขตลาดกระบัง

(3) นิคมอุตสาหกรรมอัญธานีและนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โครงการ 2 เขต

ประเทศ

3.4.1.2 การสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

- (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- (3) ผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสานแบบสุ่มตัวอย่าง 60 คน

3.4.2 การศึกษาข้อมูลภาคทฤษฎี

หมายถึง ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าจากภาคเอกสารต่างๆที่มีการเขียนเป็นตำราให้ศึกษาและค้นคว้าเพื่อมาประกอบให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น

- 3.4.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสาน
- 3.4.2.2 เอกสารด้านหลักการสุขาภิบาลอาหาร
- 3.4.2.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายเทศบัญญัติ
- 3.4.2.4 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 3.4.2.5 ศึกษาจากรรณกรรมงานวิจัยต่างๆ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆที่ได้จากการศึกษาและค้นคว้าทั้งหมด นำมาลำดับขั้นตอนและนำไปวิเคราะห์ความเหมาะสมและทฤษฎีที่สอดคล้องเพื่อนำไปสู่การพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์ร้านอาหารอีสาน ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งทางด้านรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารของชาวอีสานจากการสัมภาษณ์และการบันทึกจาก ผู้เชี่ยวชาญ ประชากรชาวอีสาน ผู้ประกอบและผู้บริโภคอาหารอีสาน แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้ในการดำเนินการวิจัยต่อไป

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งทางด้านรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่รูปแบบเดิมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ตลอดจนการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่มีประสบการณ์ทั้งทางด้านคุณวุฒิ และวัยวุฒิที่ให้คำแนะนำข้อเสนอแนะต่างๆเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบร่าง

3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการผลิต รถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งทางการผลิตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ตลอดจนการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตที่มีประสบการณ์ทั้งทางด้านคุณวุฒิ และวัยวุฒิที่ให้คำแนะนำข้อเสนอแนะต่างๆเป็นแนวทางในการพัฒนารายละเอียดภายในแบบร่าง รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุในการผลิต

3.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งทางการสร้างภาพลักษณ์ให้กับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ตลอดจนการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาพลักษณ์ในการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่มีประสบการณ์ทั้งทางด้านคุณวุฒิ และวัยวุฒิที่ให้คำแนะนำข้อเสนอแนะต่างๆเป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

3.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการประเมินความคิดเห็นในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยได้ประเมินความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้บริโภคอาหารอีสาน จากข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยนำมาทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.5.5.1 หาค่าเฉลี่ย (mean) \bar{X}

3.5.5.2 หาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) SD.

3.5.5.3 การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ให้นำน้ำหนักคะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง ผลการประเมินความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

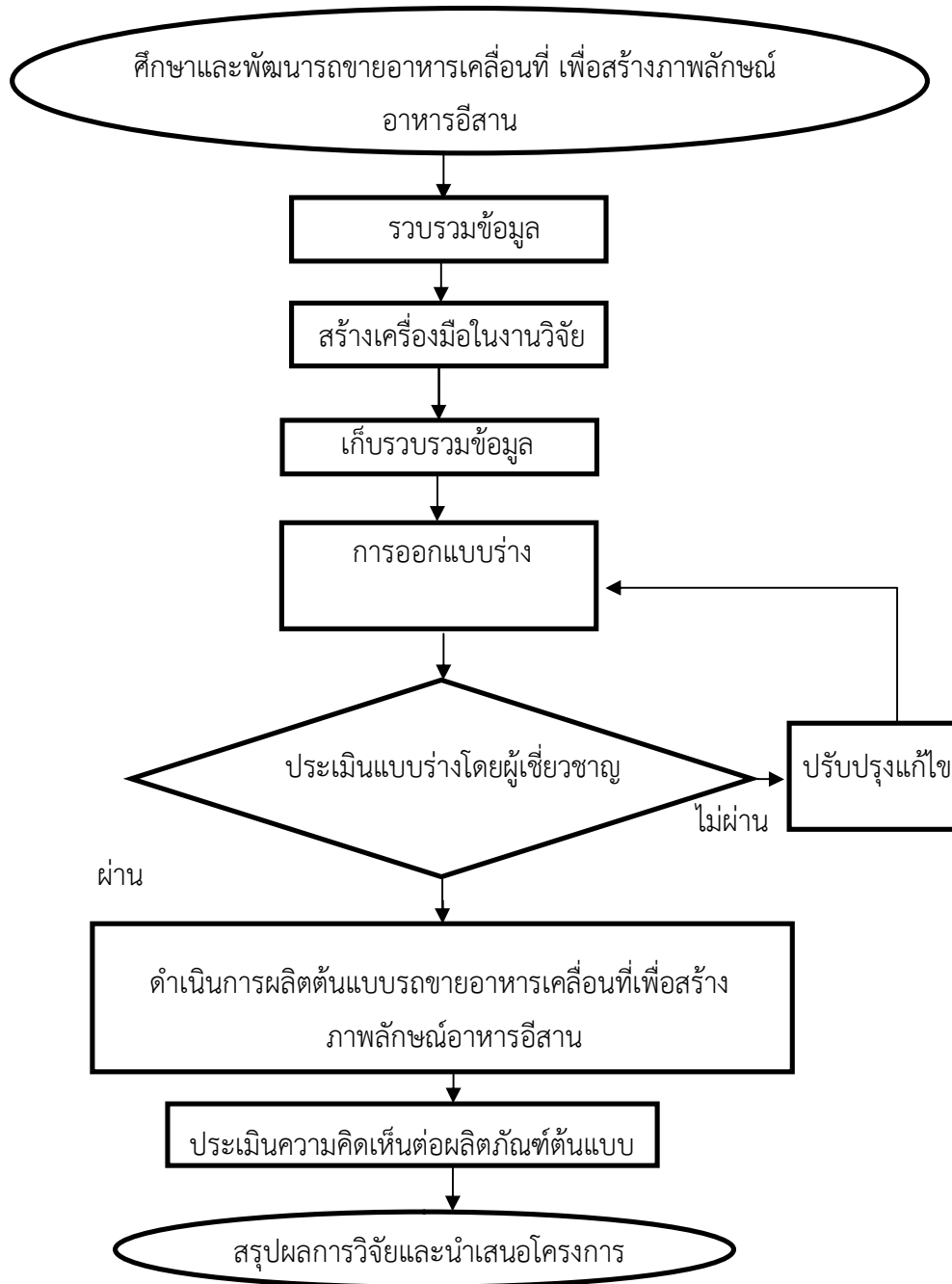
3.51 - 4.50 หมายถึง ผลการประเมินความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

2.51 - 3.50 หมายถึง ผลการประเมินความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง ผลการประเมินความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ที่มา : สัจฉา สีสอาด (2558)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาและพัฒนาการขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลตามแต่ละขั้นตอนตามกรอบการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ 3 ข้อดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาการขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

4.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบการจำหน่าย การใช้ชีวิตของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบการจำหน่ายอาหารอีสาน และการใช้ชีวิตของผลิตภัณฑ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่นั้น ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจและสังเกต และได้ทำการจดบันทึกข้อมูล จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษา สรุปเนื้อหาที่สำคัญ ได้ประเภทของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

4.1.1.1 ประเภทเคลื่อนที่แบบตระเวนจำหน่าย

รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ประเภทนี้จะนิยมใช้รถมอเตอร์ไซด์หรือรถถีบ (รถจักรยานดัดแปลงเพื่อการขายอาหารอีสาน) โดยจะมี 2 ส่วนคือส่วนของตัวรถที่ใช้ในการขับเคลื่อนที่และส่วนของการขายอาหารซึ่งจะต้องมีระบบการต่อติดทั้งสองส่วนนี้เข้าไปด้วยกันซึ่งมีความสำคัญอย่างมากทั้งระบบการต่อติดและส่วนของการขายอาหารที่จะมีรูปแบบที่หลากหลายแต่ส่วนใหญ่ในปัจจุบันรูปแบบของส่วนที่ใช้ในการประกอบการขายนั้นจะเป็นโครงเหล็กมีหลังคาไว้สำหรับกันแดดกันฝนพื้นที่บริเวณการประกอบอาหารจะเป็นลักษณะของแผ่นโลหะผู้ประกอบการบางรายอาจจะไปคนเดียวหรือไปสองคนเพื่อช่วยกันในการประกอบการขายซึ่งจะไม่ไปในจำนวนที่มากกว่านี้ร้านอาหารอีสานประเภทนี้มีความสามารถในการตระเวนขายไปตามสถานที่ต่างๆโดยไม่เจาะจงหรือยึดสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นหลักในการขายสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและที่สำคัญสามารถเข้าถึงตรอกซอกซอยเล็กๆได้อย่างคล่องตัวสามารถจอดบริการได้หลายสภาพพื้นที่



ภาพที่ 4.1 รถขายอาหารเคลื่อนที่แบบตระเวนจำหน่าย

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2559)

4.1.1.2 ประเภทเคลื่อนที่มาจอดทำการจำหน่ายเฉพาะจุด

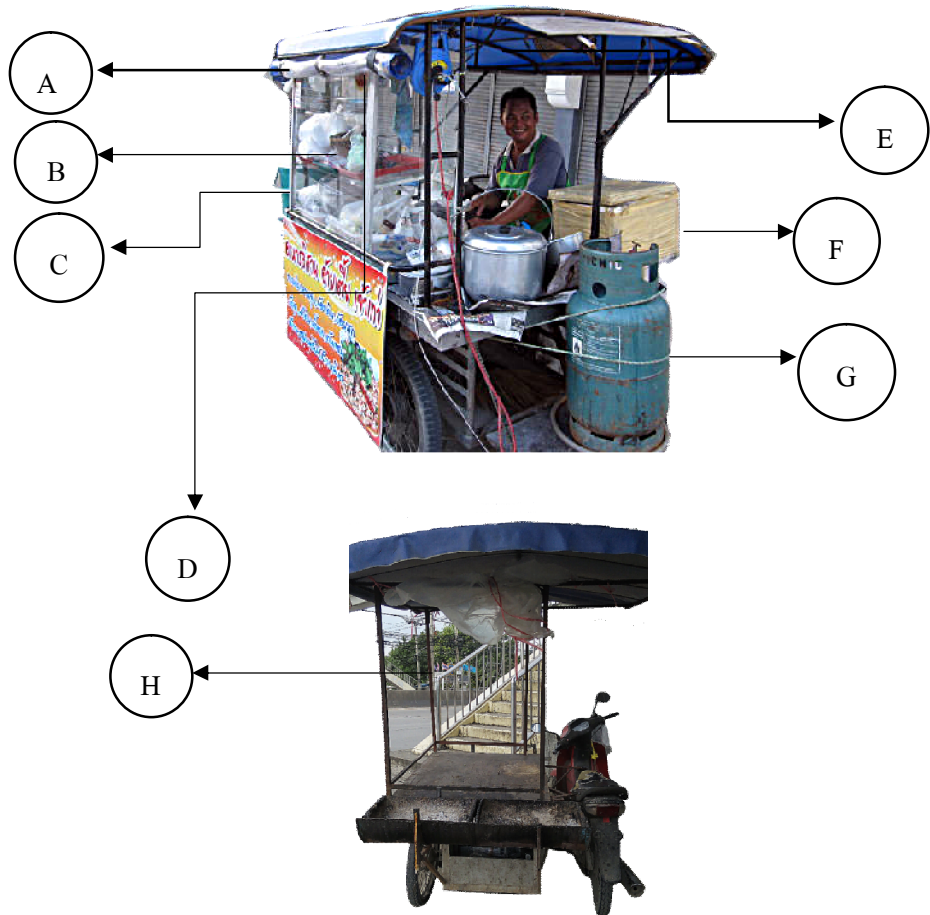
รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ประเภทนี้จะมีทั้งรูปแบบที่เชื่อมติดกับมอเตอร์ไซค์รถถีบและแบบรถเข็นมีความเป็นลักษณะเฉพาะคือสามารถเคลื่อนที่ได้แต่จะใช้ในการเคลื่อนที่ไปขายและเคลื่อนที่กลับไปยังที่พักของตนการขายอาหารประเภทนี้จะมีลักษณะที่ไปจอดตามจุดประจำที่ผู้ประกอบการไปขายไม่ว่าจะเป็นการไปจอดตามข้างทางหรือบาทวิถีไปจอดตามสถานที่ที่มีให้เช่าพื้นที่ขายไปจอดตามตลาดนัดหรือตามงานสำคัญต่างๆและสุดท้ายไปจอดประจำตามหมู่บ้านหรือชุมชนซึ่งเมื่อทำการขายเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้นผู้ประกอบการก็จะสามารถเคลื่อนที่ร้านของตนเองกลับไปยังที่พักเพื่อเตรียมการขายสำหรับวันต่อไปรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ประเภทนี้จะมีการเข้าถึงจุดต่างๆได้ดีและสามารถสร้างความสนิทสนมแก่บุคคลรอบข้างภายในบริเวณที่ไปจัดจำหน่ายซึ่งจะสามารถถ่ายทอดและแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นอีสานให้กับผู้บริโภคได้ด้วยความที่หลากหลายของลักษณะการเคลื่อนที่ก็จะสามารถไปจอดทำการขาย ณ จุดต่างๆได้อย่างเป็นวงกว้างและกระจายไปได้อย่างมากในทุกกลุ่มผู้บริโภคบางผู้ประกอบการอาจจะมีการบรรทุกส่วนของโต๊ะเก้าอี้เพื่อให้ผู้บริโภคนั่งรับประทานบริเวณที่รถไปจอดบริการอยู่ได้เลยบางผู้ประกอบการก็อาจจะไม่มีในส่วนนี้แต่จะเป็นรูปแบบของการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคนำกลับไปรับประทานที่บ้าน



ภาพที่ 4.2 รถขายอาหารเคลื่อนที่แบบเคลื่อนที่มาจอดทำการจำหน่ายเฉพาะจุด
ภาพโดย : สัญญา สีสอาด (2559)

จากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่าความถี่ในการพบเห็นรถขายอาหารในเขตชุมชนเมืองหรือตามแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมนั้นจะเป็นในลักษณะของรถขายอาหารเคลื่อนที่แบบเคลื่อนที่มาจอดทำการจำหน่ายเฉพาะจุดเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากขนาดและพื้นที่ร้านมีความกว้างขวาง มีพื้นที่ในการจัดเก็บและขนย้ายได้สะดวก และมีพื้นที่บริเวณให้ลูกค้านั่งรับประทานหรือสามารถพักคอยได้ สามารถทำการจำหน่ายได้ทั้งลูกค้าขาประจำและลูกค้าที่สัญจรผ่านไปมาที่พบเห็นก็สามารถอุดหนุนได้ ไม่ต้องตระเวนไปในที่ต่างๆโดยที่ไม่ทราบว่าจะพบลูกค้าที่ราย แต่สามารถอยู่ในจุดที่ลูกค้าจดจำ และสามารถทำให้ดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ได้เสมอ อีกทั้งไม่มีปัญหาในการเดินทาง ค่าน้ำมันที่จะต้องเสียไปกับการเดินทาง ซึ่งจะไม่พบปัญหาในส่วนนี้ ประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งนั่นก็คือร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่มาจอดจำหน่ายนั้นสามารถทำการจำหน่ายในยามค่ำคืนได้อย่างสะดวกซึ่งตรงกับเวลาที่ผู้บริโภคเสร็จภารกิจจากการทำงาน นักเรียนนักศึกษาเลิกเรียนมาอุดหนุนได้ การขายอยู่ในพื้นที่ที่แน่นอนนี้ถึงแม้จะต้องเสียค่าเช่าที่เป็นรายเดือนแต่ก็ได้รับความสะดวกสบายในด้านการใช้ไฟฟ้าหรือการวางสิ่งของต่างๆได้โดยไม่ต้องกังวลถึงปัญหาการถูกตรวจสอบ ซึ่งประเด็นทั้งหมดนี้เองทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญที่จะพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในรูปแบบเช่น ให้มีภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความเชื่อมั่น สร้างจุดจดจำและแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาบริโภคอาหารอีสานอย่างมากยิ่งขึ้น










4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลด้านอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่



ภาพที่ 4.3 อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

ที่มา : http://restaurantaroi.blogspot.com/2011/09/blog-post_17.html

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

รายการ	ข้อมูล	ความต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3
A ผ้าใบคลุมรถ	มีลักษณะเป็นผ้าใบ มีลักษณะเฉพาะตัว คือกันน้ำและความร้อนได้ มีสีสันทันเลือกหลากหลาย	ใช้สำหรับปิดคลุมรถเมื่อทำการจำหน่ายเสร็จ เรียบร้อยหรือใช้เพื่อกันแดดกันฝนในขณะทำการจำหน่าย			
B ตู้กับข้าว	มีลักษณะเป็นตู้กระจก ขอบเป็นอะลูมิเนียมหรือโลหะประเภทสังกะสี เป็นตู้ที่เปิดปิดโดยใช้บานเลื่อนกระจก ภายในมีทั้งแบบเป็นตู้โล่งชั้นเดียว และแบบสองชั้น ด้านบนของตู้กับข้าวมีราวเหล็กสำหรับใช้แขวนของสดเพื่อการประกอบอาหารและมีส่วนของไฟส่องสว่างเพื่อสร้างความดึงดูดใจของผู้ซื้อ	ใช้สำหรับเก็บรักษาวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการประกอบอาหาร เพื่อกำหนด สามารถเก็บได้ทั้งของสดจำพวกเนื้อสัตว์ ผัก ไข่ และอื่นๆ			
C กระจติก	มีลักษณะเป็นทรงกระบอก วัสดุเป็นพลาสติกหุ้มโฟมอยู่ด้านใน มีฝาเปิดปิดได้	ใช้สำหรับบรรจุข้าวเหนียวโดยลักษณะการบรรจุจะใช้ผ้าขาวบางหุ้มข้าวเหนียว			

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	ข้อมูล	ความต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3
D หลอดไฟส่องสว่าง	มีลักษณะที่สามารถเป็นได้ทั้งแบบหลอดไฟกลม หลอดตะเกียบ หลอดไฟยาว การส่องสว่างนี้โดยมากสีของหลอดไฟจะเป็นสีส้มอมเหลือง	ใช้สำหรับให้แสงสว่างกับวัตถุดิบอาหาร เพื่อแสดงให้ผู้ซื้อเห็นว่าไม่มีวัตถุดิบครบครัน และสดใหม่อยู่เสมอ			
E หลอดไฟติดหลังคา	มีลักษณะที่สามารถเป็นได้ทั้งแบบหลอดไฟกลม หลอดตะเกียบ หลอดไฟยาว ในส่วนการส่องสว่างนี้โดยมากสีของหลอดไฟจะเป็นสีแบบฟลูออเรสเซนต์	ใช้สำหรับส่องสว่างให้กับพื้นที่ในส่วนของการประกอบอาหารโดยรอบเพื่อความชัดเจนในการประกอบอาหารของผู้จำหน่าย			
F กล่องโฟม	มีลักษณะเป็นลังโฟมสี่เหลี่ยม มีฝาปิด มีจัดสำหรับหิ้วหรือยก เคลื่อนย้ายได้ มีการรองรับการบรรจุได้หลายขนาด	ใช้สำหรับเก็บวัตถุดิบที่ต้องการรักษาความสดมากๆโดยใช้ความเย็นในการช่วย ซึ่งจะทำให้รักษาความสดของวัตถุดิบนั้นไว้	 ขนาด 20 กก.	 ขนาด 25 กก.	 ขนาด 25 กก.

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	ข้อมูล	ความต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3
G ถังแก๊ส	มีลักษณะเป็นถังโลหะทรงกระบอก ด้านบนถังเป็นส่วนของหัวจ่ายเชื้อเพลิง มีส่วนในการจับ เคลื่อนย้าย และถังแก๊สนี้ก็มีหลายขนาด	ใช้สำหรับเป็นเชื้อเพลิงเพื่อให้พลังงานความร้อนกับเมนูจำพวก ลวก ต้ม เป็นการทำให้วัตถุดิบนั้นสุกพร้อมสำหรับการปรุงหรือรับประทานต่อไป			
H เตาย่าง	มีลักษณะที่หลากหลายมีทั้งแบบทรงเหลี่ยมและแบบทรงกระบอกผ่าครึ่ง มีหลายขนาด ใช้ร่วมกับตะแกรงปิ้งย่างซึ่งวางอยู่ด้านบน	ใช้ประกอบอาหารในเมนูย่าง ใช้ถ่านในการให้ความร้อน บางร้านมีการติดตั้งเครื่องดูดควันในส่วนนี้อีกด้วย			

4.1.3 ผลการศึกษาข้อมูลด้านกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับความคิดเห็น (n = 60)

ลำดับ	กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
1	เพศ	ชาย	26	43
		หญิง	34	57
2	อายุ	น้อยกว่า 18 ปี	6	10
		18-24 ปี	11	18
		25-31 ปี	12	20
		32-38 ปี	7	12
		39-45 ปี	14	23
		มากกว่า 45 ปี	10	17
3	การศึกษา	ม.6 หรือต่ำกว่า	31	52
		อนุปริญญา (.ปวส)	2	3
		ปริญญาตรี	22	37
		สูงกว่าปริญญาตรี	5	8
4	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	17	28
		ขายอาหารอีสานเคลื่อนที่	12	20
		ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	5	8
		พนักงานบริษัทเอกชน	15	25
		ธุรกิจส่วนตัว	1	2
		ครู	8	13
		รับจ้าง	1	2
		แม่บ้าน	1	2
5	รายได้ / เดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	22	37
		15,001-20,000 บาท	19	32
		20,001-30,000 บาท	11	18
		30,000 บาทขึ้นไป	8	13

จากตารางที่ 4.2 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในระหว่างการลงพื้นที่ได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เพศหญิงนิยมเข้าร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่มากกว่าเพศชายและพบว่า ผู้บริโภคที่เข้าร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่มากที่สุดซึ่งอยู่ในวัยทำงาน รองลงมาเป็นกลุ่มกลุ่มนักเรียน นักศึกษา หรืออาจจะเป็นหนุ่มสาวที่ทำงานในบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรม กลุ่มนักเรียนนักศึกษา

และพนักงานบริษัทต่างๆ เป็นกลุ่มคนที่ต้องอาศัยแรงจูงใจและความน่าสนใจให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เข้ามาที่ร้านอาจจะต้องใช้ความทันสมัยและสร้างความแตกต่างเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้บริโภคที่มีต่อผู้ประกอบการ

จากข้อมูลผู้วิจัยได้พบว่า กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทมีอัตราการเข้ามาอุดหนุนร้านอาหารแบบเคลื่อนที่นี้สูงที่สุด มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนนักศึกษา คนวัยทำงานที่จะสามารถมีกำลังจ่ายให้กับร้านที่มีราคาอาหารไม่สูงนัก

ตารางที่ 4.3 ความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ (n=60)

ลำดับที่	รายละเอียด	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1	ความสะอาด	3.55	0.99	มาก
2	การจัดวางและแสดงวัตถุดิบในตัวรถ	2.76	0.84	ปานกลาง
3	ป้ายหน้าร้าน	2.73	0.78	ปานกลาง
4	ความหลากหลายของเมนูอาหารอีสาน	3.51	0.97	มาก
5	ได้ดูการทำอาหารอีสานแบบใกล้ชิด	2.77	0.94	ปานกลาง
6	รูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่	3.42	0.81	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.12	0.89	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 ผู้วิจัยสรุปข้อมูลได้ว่าผู้บริโภคจะเข้ามาอุดหนุนร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ จะต้องมีความสะอาดมีเมนูที่หลากหลาย และรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ประเด็นเหล่านี้สอดคล้องกับการลงพื้นที่สังเกตและสัมภาษณ์ของผู้วิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะจัดการกับสิ่งต่างๆที่วางกระจัดกระจายอยู่ในตัวรถแล้วเกิดความไม่เป็นระเบียบสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความไม่สะอาดและไม่มั่นใจ ด้านวัสดุที่เน้นการทำความสะดวกได้สะดวก ลดความซับซ้อนของส่วนต่างๆภายในโครงสร้างและปรับให้เป็นพื้นที่ที่มีประโยชน์ขึ้นมา ผู้วิจัยได้นำประเด็นในการจัดลำดับนี้ทำการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็นอีกชั้นหนึ่งเพื่อให้ได้ประเด็นที่ละเอียดมากยิ่งขึ้นในการนำไปพัฒนา โดยอาศัยกรอบแนวคิดของดวงฤทัย อารังโชติ (2550: 133-134) ในการได้มาซึ่งหัวข้อการประเมินความพึงพอใจ ดังนี้

- (1) มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน
- (2) มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม
- (3) สอดคล้องกับเป้าหมาย
- (4) มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์

ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นที่มีต่อรสชาติอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน (n=60)

ลำดับที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1.มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน				
1	มีภาพลักษณ์ที่ดีแสดงออกถึงความเป็นอีสาน	3.27	0.95	ปานกลาง
2	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อการวางในพื้นที่จำหน่าย	3.18	0.85	ปานกลาง
3	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้จำหน่าย	3.27	0.79	ปานกลาง
4	มีภาพลักษณ์ที่ดีสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค	3.25	1.00	ปานกลาง
5	มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะ	2.98	0.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.19	0.93	ปานกลาง
2.มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม				
1	มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสวยงาม	3.11	1.07	ปานกลาง
2	มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับวัสดุที่เหมาะสม	3.34	0.90	ปานกลาง
3	มีการจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์ประกอบอาหารให้กับผู้จำหน่ายที่เหมาะสม	3.40	1.00	ปานกลาง
4	มีองค์ประกอบการใช้สีสันทที่สวยงาม	3.28	1.00	ปานกลาง
5	มีองค์ประกอบในการออกแบบที่เหมาะสมสวยงาม	3.19	0.98	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.26	0.97	ปานกลาง
3.สอดคล้องกับเป้าหมาย				
1	สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบ	3.32	0.90	ปานกลาง
2	สอดคล้องกับการใช้งานอย่างชัดเจน	3.40	1.23	ปานกลาง
3	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	3.52	0.96	ดี
4	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดวางอุปกรณ์ประกอบอาหาร	3.11	1.13	ปานกลาง
5	สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค	3.22	1.30	ปานกลาง
6	สอดคล้องกับน้ำหนักและการเคลื่อนย้าย	3.45	1.14	ปานกลาง
7	สอดคล้องต่อการดูแลรักษา	3.60	1.02	ดี
ค่าเฉลี่ย		3.37	1.09	ปานกลาง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	แปลความ
4.มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์				
1	มีรูปแบบสวยงามโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภค	3.04	1.25	ปานกลาง
2	มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนจากการมองระยะไกล	3.21	1.12	ปานกลาง
3	มีเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นอีสาน	2.85	1.12	ปานกลาง
4	มีเอกลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย	2.92	1.43	ปานกลาง
5	สร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไป	3.09	1.07	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.02	1.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ประเด็นด้านความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์เป็นประเด็นที่ควรพัฒนาเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาให้แสดงออกถึงความเป็นอีสาน และพัฒนาให้มีประโยชน์ใช้สอยที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการมีความสะดวกในการจัดจำหน่ายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ประเด็นรองลงมาที่ควรพัฒนาเป็นประเด็นด้านภาพลักษณ์ ผู้บริโภคมองว่า รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่ยังไม่สะอาดและถูกสุขลักษณะเท่าที่ควร และต้องสอดคล้องกับการจอดในบริเวณพื้นที่ที่จัดจำหน่าย ประเด็นต่อมาคือด้านองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม ควรมีการพัฒนาให้มีขนาดสัดส่วนที่ดี รับกับพื้นที่และตัวผู้ประกอบการ เพิ่มเติมส่วนของการออกแบบเข้าไปให้รถขายอาหารอีสานมีความน่าสนใจ ประเด็นสุดท้ายคือด้านความสอดคล้องกับเป้าหมาย ต้องพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคและการจัดวางอุปกรณ์ในการประกอบอาหารของผู้ประกอบการ

4.2 ผลการวิเคราะห์การศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

4.2.1 กระบวนการวิเคราะห์ SWOT

แนวทางในการศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานครั้งนี้ได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เป็นการหาปัญหาด้านต่างๆจากสภาพที่พบ โดยนำเอาจุดแข็งไปกำจัดอุปสรรค และนำเอาโอกาสไปกำจัดจุดอ่อน ซึ่งนำแนวทางไปแก้ปัญหาให้ได้มาซึ่งเหตุและผล เพื่อนำแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ไปเข้าสู่กระบวนการออกแบบได้อย่างตรงประเด็น ปัญหา เพื่อการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้ทำแผนภาพแห่งการกำจัดตามกระบวนการ SWOT โดยใช้ทฤษฎีที่เข้าใจง่ายในการวิเคราะห์หาข้อดีและข้อเสียต่างๆของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่รูปแบบเดิม มาเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนา

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาแนวทางในการพัฒนา

จุดแข็ง(Strengths)	อุปสรรค(Threats)	แนวทางสู่การออกแบบ
ใช้โลหะขึ้นโครงสร้างรถ เพื่อความแข็งแรงและมีความเรียบง่าย	น้ำหนักทั้งหมดของตัวรถ รูปแบบการเคลื่อนที่และการเคลื่อนที่ไปยังจุดจำหน่าย	ออกแบบโดยเลือกใช้วัสดุโลหะที่มีความเบาและออกแบบลักษณะโครงสร้างให้แข็งแรงแต่มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน
ล้อในการเคลื่อนที่ที่เหมาะสม	น้ำหนักทั้งหมดของตัวรถ	ออกแบบโดยเลือกใช้ขนาดและชนิดของล้อในการรับน้ำหนักของตัวรถให้มีความเหมาะสมตรงตามมาตรฐานการผลิต
การจัดตำแหน่งการวางอุปกรณ์มีการแบ่งสัดส่วน	ขนาดความกว้างยาวของตัวรถขึ้นอยู่กับถูกจำกัดด้วยพื้นที่ที่ไปจอด ขนาดของถังแก๊สที่ใช้	ออกแบบผังการจัดวางอุปกรณ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อการประกอบอาหารและให้สัมพันธ์กับขนาดความกว้างยาวของตัวรถ ออกแบบตำแหน่งจุดวางเตาแก๊สให้มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งที่ใช้ในการหุงต้มได้อย่างเหมาะสม โดยไม่ให้ถังแก๊สกีดขวางการสัญจร
มีหลังคากันแดดกันฝนส่วนใหญ่เป็นผ้าใบ สร้างจุดเด่นและความงามโดยการใช้สีของผ้าใบและรูปแบบทั้งแบบเหลี่ยมแบบโค้งแบบจั่ว	รูปแบบการเคลื่อนที่และการเคลื่อนที่ไปยังจุดจำหน่าย	ออกแบบส่วนของหลังคาให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่หรือจุดจำหน่ายที่จะเคลื่อนที่ไปยังจุดนั้น โดยต้องคำนึงถึงความงามและโดดเด่นดึงดูดลูกค้า เพราะหลังคาเป็นจุดหนึ่งที่สามารถสร้างจุดจดจำให้กับลูกค้าได้ในด้านของการมองเห็นระยะไกล ผ่านทางสีหรือรูปแบบของหลังคานั้นๆ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

จุดแข็ง(Strengths)	อุปสรรค(Threats)	แนวทางสู่การออกแบบ
การทำสี และ ติดป้าย เมนูอาหารใช้ภาพถ่าย อาหารประกอบกับเมนู	ไม่มีตำแหน่งเฉพาะในการติด ป้าย	ออกแบบให้มีตำแหน่งการติดตั้ง ป้ายชื่อร้าน เมนูอาหาร ในจุดที่ มองเห็นได้ชัดเจน ใช้การออกแบบ กราฟิกมาใช้ในการออกแบบป้าย ดังกล่าวให้มีความน่าสนใจและมี ความชัดเจนในการที่จะสื่อสาร ให้กับลูกค้า
ตำแหน่งการติดตั้งไฟส่อง สว่างเหมาะสมเพียงพอ	มีการจำหน่ายในเวลากลางคืน แสงสว่าง จากหลอดไฟอาจจะ มีความไม่เพียงพอหรือใช้ใน รูปแบบที่ไม่เหมาะสม	ออกแบบจุดติดตั้งแสงสว่างให้มี ความเหมาะสมต่อการมองเห็นทั้ง ต่อผู้ประกอบการและลูกค้าที่ จะเข้ามาซื้ออาหาร แสงไฟเป็นจุด หนึ่งที่มีความสำคัญมากในยามค่ำ คืน ควรเลือกชนิดของหลอดไฟ สี ของหลอดไฟ ให้เหมาะสมในแต่ละ จุดด้วย
การเพิ่มพื้นที่และจัดเก็บ โดยการพับ	ขนาดความกว้างยาวของตัว รถเข็นอาจถูกจำกัดด้วยพื้นที่ ที่ไปจอด รถพ่วงขายพื้นที่ใช้สอยอาจจะ ถูกบีบให้มีความจำกัด	ออกแบบให้มีส่วนของการพับเก็บ ได้เพื่อใช้ในการวางสิ่งของต่างๆ นอกเหนือจากส่วนของการ ประกอบอาหาร เพราะด้วยพื้นที่ที่ มีจำกัด
ระบบพับปิดและล้อค	การต่อเติมส่วนต่างๆต้อง คำนึงถึงเรื่องน้ำหนัก	การต่อเติมส่วนของการพับปิดและ ล้อคจะต้องคำนึงถึงเรื่องน้ำหนัก โดยรวมของรถ
ส่วนของการประกอบ อาหารมีความโปร่งโล่ง	การจัดวางที่ไม่มีระเบียบการ แขวนสิ่งของต่างๆทำให้หน้า ร้านดูทึบ	ออกแบบโล่ง ออกแบบจุดวางของ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	จุดอ่อน (Weaknesses)	แนวทางสู่การออกแบบ
ตัดอุปกรณ์ที่มีการใช้งานที่ซ้ำกันเพื่อลดการใช้พื้นที่และน้ำหนัก	พื้นที่การจัดเก็บอุปกรณ์น้ำหนักโดยรวมของรถ	ลดอุปกรณ์ที่ไม่จำเป็นหรือจัดหมวดหมู่ของการใช้อุปกรณ์แยกตามประเภทการประกอบอาหารอย่างเป็นระบบ ออกแบบผังการใช้งานให้มีความคล่องตัวในการประกอบอาหารด้วย เพื่อการใช้เวลาที่เหมาะสมในการประกอบอาหาร
เพิ่มพื้นที่ในการทำความสะอาด	จุดทำความสะอาดอุปกรณ์	ออกแบบให้มีพื้นที่ทำความสะอาดอุปกรณ์ประกอบอาหาร เมื่อเวลาที่จะทำเมนูใหม่จำเป็นต้องชำระล้างให้สะอาดเสียก่อน
เพิ่มพื้นที่การจัดขยะมูลฝอยให้เป็นระบบ	จุดที่ทิ้งขยะมูลฝอย	มีพื้นที่การจัดเก็บขยะมูลฝอยให้ลับสายตา แบ่งแยกส่วนออกจากการประกอบอาหารให้ชัดเจน
เพิ่มส่วนการจัดวางโดยใช้การพับเก็บของพื้นที่ สร้างความเป็นระเบียบทั้งตอนตั้งจำหน่ายและสามารถพับเก็บได้เวลาเคลื่อนย้าย	พื้นที่การจัดเก็บอุปกรณ์ พื้นที่ใต้โครงสร้างหลังคา การแขวนสิ่งของไว้บนโครงสร้าง ขนาดของตัวรถกับพื้นที่ใช้สอย	ออกแบบโดยใช้ระบบพับเก็บในส่วนของการวางอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารหรืออุปกรณ์ที่สำรองไว้ใช้งานในยามจำเป็น เปลี่ยนจากการแขวนให้เป็นการจัดวางให้เป็นหมวดหมู่เป็นระบบช่อง ที่สามารถพับเก็บได้ไม่ให้เกิดขวางพื้นที่การประกอบอาหาร

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	จุดอ่อน (Weaknesses)	แนวทางสู่การออกแบบ
สร้างความน่าสนใจให้ลูกค้า โดยใช้ภาพลักษณ์อีสานมาออกแบบ	ขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัวของความเป็นอีสาน	ออกแบบโดยวิเคราะห์ข้อมูลหาลักษณะที่โดดเด่นของความเป็นอีสาน นำมาเป็นแรงบันดาลใจและแนวความคิดในการออกแบบภาพลักษณ์ของร้านเพื่อสร้างจุดดึงดูดให้กับลูกค้า
สร้างพื้นที่การจัดเก็บใต้โครงสร้างหลังคาให้มีความเป็นระเบียบ	พื้นที่การจัดเก็บอุปกรณ์พื้นที่ใต้โครงสร้างหลังคา การแขวนสิ่งของไว้บนโครงสร้าง	ออกแบบพื้นที่โครงสร้างหลังคาให้เกิดประโยชน์ในการจัดเก็บอุปกรณ์ได้อีกส่วนหนึ่ง โดยอาจเปลี่ยนสิ่งของที่เคยแขวนอยู่ให้มาอยู่บนชั้นใต้หลังคาแทน
เลือกใช้ไฟและตำแหน่งในการติดตั้งไฟส่องสว่างให้เหมาะสมกับการขาย เพื่อความปลอดภัยและประหยัดในการใช้พลังงาน	หลอดไฟเยอะ สายไฟไม่มีระเบียบไม่ปลอดภัย	ออกแบบจัดวางตำแหน่งของดวงไฟส่องสว่างให้มีความเหมาะสม มีการจัดเก็บสายไฟอย่างเป็นระเบียบปลอดภัยต่อทุกสภาพอากาศ
จัดตำแหน่งสร้างพื้นที่ในการวางถังแก๊สและส่วนของการหุงต้มให้เหมาะสม	พื้นที่การจัดเก็บอุปกรณ์การวางถังแก๊ส	ออกแบบพื้นที่ในการวางถังแก๊สให้เป็นสัดส่วน และสัมพันธ์กับการหุงต้ม ป้องกันการขีดขวางทางเดินและบริเวณรอบๆที่จัดจำหน่าย เป็นการป้องกันและรักษาความปลอดภัยอีกทางหนึ่ง
ออกแบบส่วนป้องกันการหกกระเด็น	การป้องกันการหกหรือกระจายของสิ่งของ	ออกแบบส่วนของการกันการตกหล่นหรือกระหกกระเด็นของสิ่งของที่วางอยู่บนพื้นที่การประกอบอาหาร ในขณะที่รถเคลื่อนที่อยู่

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	จุดอ่อน (Weaknesses)	แนวทางสู่การออกแบบ
ลดอุปกรณ์ที่มีการใช้งานที่ซ้ำกันเพื่อลดการใช้พื้นที่และน้ำหนัก	น้ำหนักมาก ช่องเก็บของใต้รถเข็น	ลดการใช้อุปกรณ์ที่มีลักษณะงานซ้ำกันหรือออกแบบพื้นที่จัดเก็บให้เป็นหมวดหมู่
เพิ่มส่วนของการจัดวางสามารถพับเก็บได้เวลาเคลื่อนย้าย	ปีกที่วางของด้านข้างไม่มี จุดวางผักสด ภาชนะต่างๆ ไม่เหมาะสม พื้นที่การประกอบอาหารแน่น คู่อึดอัด	แบ่งช่องการจัดเก็บหมวดหมู่ สิ่งของต่างๆ เพื่อลดความรกบนพื้นที่ประกอบอาหาร ออกแบบในส่วนของโครงสร้างปีก พับด้านข้างตัวรถสำหรับวางผัก สดหรือของใช้อื่นๆ

ผู้วิจัยได้ใช้การสรุปข้อมูลในส่วนของแบบสอบถามเป็นหลักในการเชื่อมโยงข้อมูลปัญหาเข้าหากัน ซึ่งตารางความสอดคล้องกับปัจจัยที่ใช้ในการออกแบบนี้เป็นวิธีการที่จะทำให้ได้มาซึ่งประเด็นและความสำคัญที่จะพัฒนา โดยนำประเด็นปัญหาที่ผู้วิจัยศึกษา swot จากแบบสังเกตของผู้วิจัย, swot จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ของผู้วิจัย, ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ, ผลจากการตอบแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามโดยนำประเด็นปัญหามาจัดเข้ากลุ่มตามหัวข้อที่มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกัน ทำการแบ่งแยกข้อมูลด้วยสี เพื่อที่จะดูว่าข้อมูลใดมีการซ้ำกันของสีมากที่สุด แล้วนำมาจัดอันดับความสำคัญ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 การจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันกับปัจจัยในการออกแบบ

อันดับที่ 1 ปัจจัยด้านความ สะดวกและเป็น เอกลักษณ์		อันดับที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ ดีต่อร้านอาหารอีสาน		อันดับที่ 3 ปัจจัยด้าน องค์ประกอบ เหมาะสมสวยงาม		อันดับที่ 4 ปัจจัยด้านความ สอดคล้องกับ เป้าหมาย	
แสดง ออกถึง ความ เป็น อีสาน	ด้าน ประโยชน์ ใช้สอย	ด้านความ สะอาด และ สุขลักษณะ	การวาง ในพื้นที่ จำหน่าย	ขนาด สัดส่วน เหมาะ สม	องค์ประ- กอบที่ ออกแบบ เหมาะสม	พัฒนา การจัด วาง	พัฒนาให้ สอดคล้องกับ ผู้บริโภค
รูปแบบ รถ	รูปแบบรถ	ที่เก็บของ สด	รูปแบบรถ	รูปแบบ รถ	รูปแบบรถ	ที่เก็บ ของสด	รูปแบบรถ
ป้าย ร้าน	ที่บังร่ม	ช่องใต้ รถเข็น	ป้ายร้าน	ความสูง	ที่เก็บของ สด	ความ สูง	ป้ายร้าน
รับกับ พื้นที่	พื้นที่เตา ย่าง	พื้นที่ใต้ หลังคา	ที่เก็บของ สด	ที่บังร่ม	ป้ายร้าน	พื้นที่ เตา ย่าง	แสงไฟ
	พื้นที่ใต้ หลังคา	จุดทำอาหาร	ที่บังร่ม	พื้นที่เตา ย่าง	ช่องใต้ รถเข็น	พื้นที่ใต้ หลังคา	รับกับพื้นที่
	ความสูง		แสงไฟ	จุดทำ อาหาร	ความสูง	ช่องใต้ รถเข็น	
	ปีกด้านข้าง		พื้นที่เตา ย่าง	รับกับ พื้นที่	พื้นที่ใต้ หลังคา	จุด ทำอาหาร	
	ที่เก็บของสด		ปีกด้านข้าง		ปีก ด้านข้าง	ปีก ด้านข้าง	
	ช่องใต้ รถเข็น		รับกับพื้นที่		ที่บังร่ม	ที่วางผัก กับ อุปกรณ์	

จากตารางที่ 4.6 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดหมวดหมู่ของระดับความต้องการ ของ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้นำประเด็นความต้องการ พัฒนามาจัดเรียงลำดับตามความถี่ของข้อมูลทีมากที่สุดไปหาความถี่ของข้อมูลทีน้อยที่สุด ได้เป็น 3 ระดับได้แก่

- (1) ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 1 คือ รูปแบบรถ
- (2) ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 2 คือ ที่เก็บของสด
- (3) ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 3 คือ 1) ป้ายร้าน 2) ช่องใส่รถเข็น 3) พื้นที่ใต้หลังคา
4) ปีกด้านข้าง 5) ที่บังร่ม 6) ความสูง 7) รั้วกับพื้นที่ 8) พื้นที่เตาย่าง
- (4) ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 4 คือ 1) จุดทำอาหาร 2) ที่วางผักกับอุปกรณ์ 3) ไฟ
ส่องสว่าง

จากการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลผู้วิจัยพบว่า รูปแบบรถ เป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการมีความเห็นว่าควรที่จะพัฒนาให้มีภาพลักษณ์ของความเป็นอีสานให้มากขึ้น รองลงมาคือพื้นที่ในการเก็บของสดที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการจัดจำหน่าย ควรมีพื้นที่จัดเก็บอย่างถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยจากสัตว์และแมลงต่างๆ

เมื่อผู้วิจัยได้ประเด็นในการพัฒนา ผู้วิจัยดำเนินการร่างรูปแบบพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 30 แบบ และเลือกรูปแบบโดยวิธีการแยกหมวดหมู่รูปแบบจากแรงบันดาลใจที่ใช้ในการร่างแบบจากเอกลักษณ์อีสาน ได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรงบันดาลใจจากงานศิลปะอีสาน กลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องมือเครื่องใช้อีสาน และกลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องดนตรีอีสาน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ในแต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้ แบบที่มีจุดอ่อนและอุปสรรคน้อยที่สุดในการพัฒนา จำนวน 3 แบบ เพื่อเข้าสู่กระบวนการพัฒนาต่อไป โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การนำแบบร่างมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ SWOT

รูปแบบ	S	W	O	T
	<ul style="list-style-type: none"> -มีพื้นที่กว้าง -การใช้งานที่หลากหลาย -พื้นที่ได้รถเข็น -ไฟส่องสว่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -น้ำหนัก -ป้ายอยู่ต่ำ -พื้นที่ได้หลังคามีมุมแคบ 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่ายสามารถจดทำการขายได้ทุกที่ -แบ่งหมวดหมู่การเก็บของได้ 	<ul style="list-style-type: none"> -น้ำหนักในการเคลื่อนย้าย
	<ul style="list-style-type: none"> -ขนาดกะทัดรัด -พื้นที่ได้รถเข็นใช้งานได้หลากหลาย -พื้นที่ได้หลังคา 	<ul style="list-style-type: none"> -จุดที่พับและยื่นออกมาใช้พื้นที่เยอะ -ไม่มีเตาย่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -เก็บสิ่งของแยกตามประเภทได้ -การใช้รูปแบบพับเก็บเป็นระเบียบ 	<ul style="list-style-type: none"> -จุดที่พับยื่นออกมาได้อาจจะกีดขวางพื้นที่
	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่ได้รถเข็น -รูปแบบทันสมัย -พื้นที่ได้รถเข็น -ไฟส่องสว่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีเตาย่าง -พื้นที่ประกอบอาหารมีจำกัด -จุดวางของใต้หลังคามีน้อย 	<ul style="list-style-type: none"> -เก็บสิ่งของแยกตามประเภทได้ -แบ่งหมวดหมู่การเก็บของได้ 	<ul style="list-style-type: none"> -การวางสิ่งของตรงจุดประกอบอาหารมีจำกัด
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ได้รถเข็น -มีฝาปิดเตาย่าง -ไฟส่องสว่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -การจัดวางผังการประกอบอาหารทำให้น้ำหนักไปที่ด้านหน้า 	<ul style="list-style-type: none"> -ลูกค้ามองเห็นป้ายร้านได้ชัดเจน -ฝาปิดเตาย่างป้องกันสิ่งสกปรก 	<ul style="list-style-type: none"> -เมื่อมีเตาย่างด้านหน้าทำให้ลดพื้นที่การวางสิ่งของลงไป
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -พื้นที่ได้รถเข็น -มีฝาปิดเตาย่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่ประกอบอาหารมีจำกัด -หลังคามีขนาดเล็ก 	<ul style="list-style-type: none"> -ลูกค้ามองเห็นป้ายร้านได้ชัดเจน -ฝาปิดเตาย่างป้องกันสิ่งสกปรก 	<ul style="list-style-type: none"> -โครงสร้างที่มีรูปแบบลาดเอียงทำให้พื้นที่ใช้งานแคบลง
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -พื้นที่ได้หลังคา 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีผ้าใบป้องกันแดดฝน -ป้ายบนหลังคาโค้งอาจไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัยทำให้ลูกค้าสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> -โครงสร้างที่มีรูปแบบใหม่ทำให้พื้นที่ใช้งานแคบ

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รูปแบบ	S	W	O	T
	-รูปแบบทันสมัย -พื้นที่ใต้หลังคา -พื้นที่ใต้รถเข็น -ชั้นเลื่อนด้านข้าง -ไฟส่องสว่าง	-การจัดวางล้อ -ผ้าใบป้องกันแดด ฝน	-ผู้ประกอบการ ได้รับความรู้สึก เหมือนครวัที่บ้าน -ความสะดวก ในการขาย	-รูปแบบที่โค้ง ด้านข้างอาจจะใช้ เวลาในการผลิต
	-รูปแบบทันสมัย -พื้นที่ใต้หลังคา	-ป้ายร้าน -จุดที่พบบิ้น ออกมาได้อาจจะ กีดขวางพื้นที่	-รูปแบบทันสมัย ทำให้ลูกค้าสนใจ -สร้างความมั่นใจ ให้ผู้ประกอบการ	-รูปแบบการวางตู้ กระจกหันข้าง อาจจะไม่ถนัด เวลาประกอบ อาหาร
	-ความกว้างขวาง -การจัดการคว้น -ฝาปิดเตาอย่าง -พื้นที่ใต้รถเข็น	-น้ำหนัก -ระบบล้อ	-ประกอบอาหาร ได้สะดวก -วางอุปกรณ์ได้ เป็นระเบียบ	-น้ำหนักในการ เคลื่อนย้าย -การผลิต
	-ที่วางของแบ่ง ช่อง -พื้นที่ใต้รถเข็น -ป้ายหน้าร้าน	-จุดที่พบบิ้น ออกมาได้อาจจะ กีดขวางพื้นที่	-ประกอบอาหาร ได้สะดวก -วางอุปกรณ์ได้ เป็นระเบียบ	-จุดที่พบบิ้น ออกมาได้อาจจะ กีดขวางพื้นที่
	-ที่วางของแบ่ง ช่อง -พื้นที่ใต้รถเข็น -การจัดการคว้น	-น้ำหนัก	-ประกอบอาหาร ได้สะดวก -วางอุปกรณ์ได้ เป็นระเบียบ	-น้ำหนักในการ เคลื่อนย้าย
	-ไฟส่องสว่าง -มีที่ล้างภาชนะ -รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ใต้รถเข็น	-พื้นที่ใต้หลังคามี จุดเดียว -ระบบน้ำ	-ผู้ประกอบการ ได้รับความรู้สึก เหมือนครวัที่บ้าน -ความสะดวก ในการขาย	-รูปแบบที่โค้ง ด้านข้างอาจจะใช้ เวลาในการผลิต

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รูปแบบ	S	W	O	T
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -ป้ายและสวดลาย -พื้นที่ใต้รถเข็น -พื้นที่ด้านบน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีเตาอย่าง -ผ้าใบป้องกันแดดฝน 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -ทำให้ลูกค้าสนใจ -สร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปทรงโค้งยากต่อการผลิต
	<ul style="list-style-type: none"> -มีพื้นที่กว้าง -รูปแบบสวยงาม -พื้นที่ใต้รถเข็น -ไฟส่องสว่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่ใต้หลังคา 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -ทำให้ลูกค้าสนใจ -การจัดวางอุปกรณ์ที่เป็นระเบียบ 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบที่โค้งด้านข้างอาจจะใช้เวลาในการผลิต
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ใต้หลังคา -พื้นที่ใต้รถเข็น -ฝาปิดเตาอย่าง 	<ul style="list-style-type: none"> -การจัดวางล้อ 	<ul style="list-style-type: none"> -การจัดวางอุปกรณ์ที่เป็นระเบียบ -ความสะดวกในการประกอบอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> -การเคลื่อนย้าย
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ใต้รถเข็น -รางถ่านเลื่อนได้ -การจัดการควัน 	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่ใต้หลังคา -ระบบล้อ 	<ul style="list-style-type: none"> -การจัดวางอุปกรณ์ที่เป็นระเบียบ -การแบ่งประเภทของการประกอบอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> -ที่วางใต้หลังคามีน้อยอาจจะทำให้ต้องวางของหลายชิ้นด้านล่าง
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบสวยงาม -การแบ่งระดับพื้นที่ทำอาหาร -พื้นที่ใต้หลังคา 	<ul style="list-style-type: none"> -ความสูง 	<ul style="list-style-type: none"> -สามารถเก็บของเพิ่มตรงใต้หลังคาได้มาก -แบ่งหมวดหมู่การเก็บของได้ 	<ul style="list-style-type: none"> -เมื่อมีการออกแบบพื้นที่ต่างระดับต้องระวังเรื่องความสูง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รูปแบบ	S	W	O	T
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่าย -ความกว้างขวาง -พื้นที่ใต้รถเข็น 	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่ใต้หลังคา -ระบบล้อ 	<ul style="list-style-type: none"> -การแบ่งประเภทของการประกอบอาหาร -การจัดวางอุปกรณ์ที่เป็นระเบียบ 	<ul style="list-style-type: none"> -ล้อกับน้ำหนักรวมของรถ
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -แบ่งช่องเก็บของด้านบน 	<ul style="list-style-type: none"> -เตาย่างอยู่ต่ำ -ส่วนของมือจับเข็น -ผ้าใบป้องกันแดดฝน 	<ul style="list-style-type: none"> -สร้างความสนใจของลูกค้า -การแบ่งประเภทของการประกอบอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่โค้งช่องการเก็บของจะไม่เต็มที่ -ป้ายอยู่ต่ำลูกค้ามองไม่ชัดเจน
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่าย -แบ่งช่องเก็บของด้านบน -การแบ่งระดับพื้นที่ทำอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> -ป้ายร้าน -ผ้าใบป้องกันแดดฝน 	<ul style="list-style-type: none"> -การแบ่งประเภทของการประกอบอาหาร -สามารถเก็บของเพิ่มตรงใต้หลังคาได้มาก 	<ul style="list-style-type: none"> -การใช้ความโค้งตรงจุดต่างระดับอาจใช้เวลาในการผลิต
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบทันสมัย -พื้นที่ใต้หลังคา 	<ul style="list-style-type: none"> -ส่วนของเตาย่างและที่วางด้านข้าง -รูปทรงระบอกรอดเข้ากับพื้นที่ได้ยาก 	<ul style="list-style-type: none"> -สร้างความสนใจของลูกค้า -การแบ่งประเภทของการประกอบอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> -ส่วนของเตาย่างและที่วางด้านข้างอาจเป็นปัญหาในการเคลื่อนที่ -การผลิต
	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ใต้รถเข็น -ช่องเก็บของ 	<ul style="list-style-type: none"> -พื้นที่ใต้หลังคา 	<ul style="list-style-type: none"> -แบ่งหมวดหมู่การเก็บของได้ -เก็บสิ่งของได้หลากหลาย 	<ul style="list-style-type: none"> -น้ำหนักในการเคลื่อนที่

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

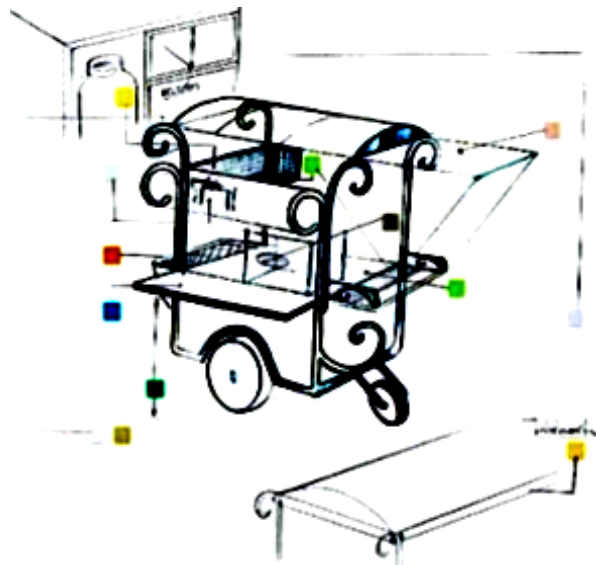
รูปแบบ	S	W	O	T
	-รูปแบบสวยงาม -พื้นที่ได้รถเข็น	-พื้นที่ใต้หลังคา -ส่วนของมือจับ เข็น	-สร้างความสนใจ ของลูกค้า -การแบ่งประเภท ของการประกอบ อาหาร	-ตำแหน่งของมือ จับที่ใช้ในการ เคลื่อนที่
	-รูปแบบสวยงาม -พื้นที่ได้รถเข็น -ขนาดกะทัดรัด -ระบบการเลื่อน -พื้นที่ใต้หลังคา	-รูปแบบของทรง สี่เหลี่ยมเล็กและ ใหญ่บนตัวรถ	-แบ่งหมวดหมู่ การเก็บของได้ -สร้างความสนใจ ของลูกค้า	-รูปแบบทรง สี่เหลี่ยมเล็กและ ใหญ่ของรถ อาจจะต้องใช้ รายละเอียดใน การผลิต
	-รูปแบบสวยงาม -ขนาดกะทัดรัด -การแบ่งระดับ พื้นทำอาหาร	-ป้ายร้าน	-สามารถจัดวาง สิ่งของได้หลายจุด	-รายละเอียดของ เหล็กตัด ต้องใช้ เวลาในการผลิต
	-รูปแบบสวยงาม -ไฟส่องสว่าง -ป้ายร้าน	-ส่วนของมือจับ เข็น	-สร้างความสนใจ ของลูกค้า -การแบ่งประเภท ของการประกอบ อาหาร	-วัสดุ -การตัดโค้งโลหะ ต้องใช้เวลา
	-รูปแบบสวยงาม -ฝาปิดเตาย่าง -ไฟส่องสว่าง	-พื้นที่ใต้หลังคา -รูปแบบหลังคา	-ป้องกันสิ่ง สกปรกจากการ เคลื่อนที่เข้าเตา ย่าง	-การผลิต
	-รูปแบบเรียบง่าย -ช่องเก็บของหน้า รถ -ป้ายร้าน	-พื้นที่ใต้หลังคา -ไฟส่องสว่าง	-แบ่งหมวดหมู่ การเก็บของได้ -สร้างความสนใจ ของลูกค้า	-หลังคาโค้งทำให้ ลดพื้นที่การจัด วางด้านใต้หลังคา ลงไป

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รูปแบบ	S	W	O	T
	-รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ใต้หลังคา	-ฝาปิดช่องเก็บของ -ป้ายร้าน	-สามารถจัดวางสิ่งของได้หลายจุด	-พื้นที่แคบไปเล็กน้อย
	-รูปแบบเรียบง่าย -การจัดการคว้น -ป้ายร้าน	-ระบบเปิดปิดช่องต่างๆ	-รูปแบบทันสมัยทำให้ลูกค้าสนใจได้ -การจัดวางอุปกรณ์ที่เป็นระเบียบ	-ระบบเปิดปิดช่องต้องสัมพันธ์กับรูปทรงรถ

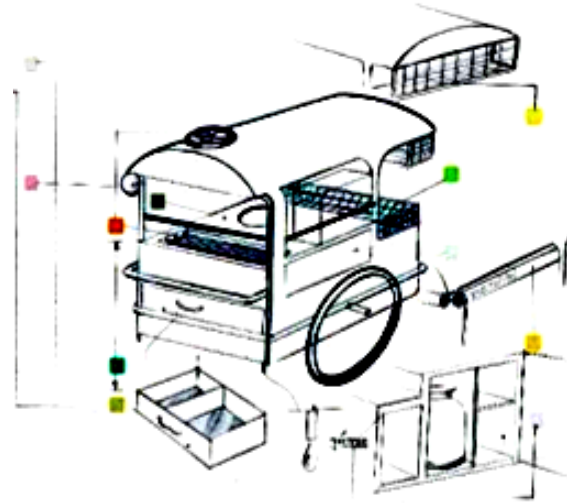
4.2.2 ผลการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยเลือกรูปแบบโดยวิธีการแยกหมวดหมู่รูปแบบจากแรงบันดาลใจที่ใช้ในการร่างแบบจากเอกลักษณ์อีสาน ได้ กลุ่ม คือ 3กลุ่มแรงบันดาลใจจากงานศิลปะอีสาน กลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องมือเครื่องใช้อีสาน และกลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องดนตรีอีสานโดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ SWOT Analysis เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีจุดอ่อนและอุปสรรคในการพัฒนาน้อยที่สุด จำนวน 3 แบบ ดังนี้

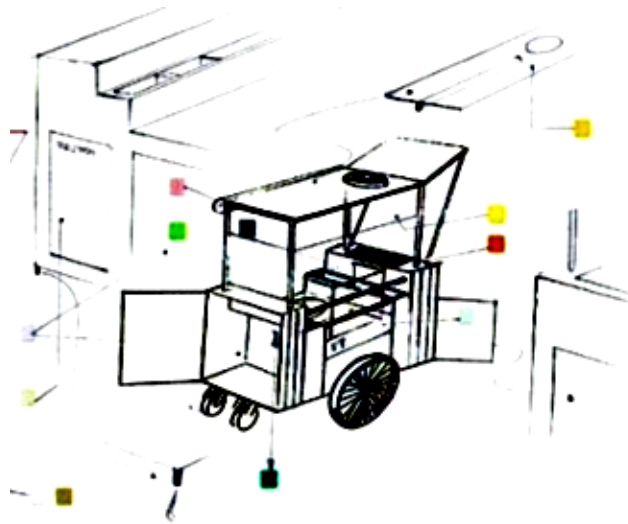


ภาพที่ 4.4 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1

ที่มา : สัญญา สีสอาด (2560)

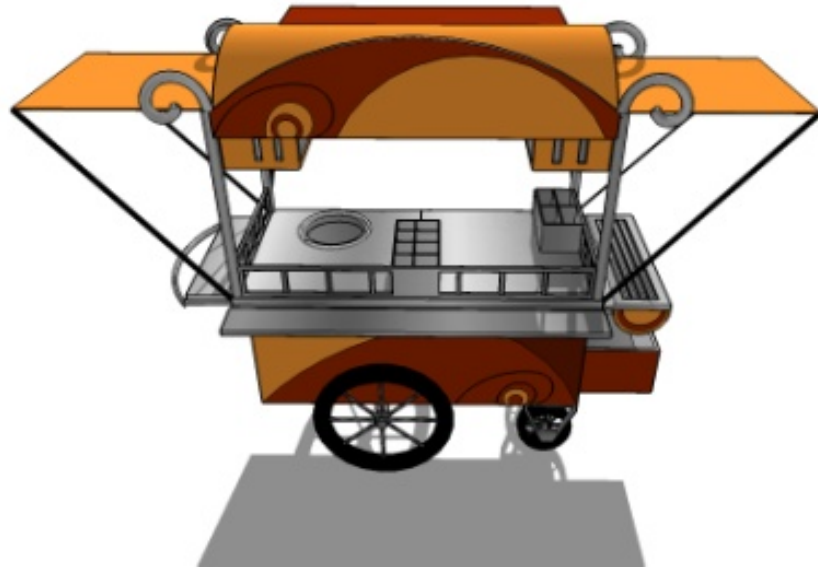


ภาพที่ 4.5 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 2
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.6 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 3
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)

ผู้วิจัยทำการพัฒนารูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานทั้ง 3 รูปแบบ ก่อนนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน



ภาพที่ 4.7 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.8 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 2
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.9 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 3
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 5 ท่าน ได้ผลแสดงดังตารางที่ 4.8 – 4.10

ตารางที่ 4.8 การประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปแบบที่ 1

ข้อที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น (n=5)		ระดับความ เหมาะสม
		\bar{x}	S.D.	
1 การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่				
1	มีความเหมาะสมในด้านวัสดุอุปกรณ์	3.8	0.45	ดี
2	มีประโยชน์ใช้สอยที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการ	4.0	0.71	ดี
3	มีความแข็งแรงทนทาน	4.2	0.45	ดี
4	มีการใช้ชิ้นส่วนมาตรฐานเพื่อความเหมาะสมต่อการผลิต	3.6	0.55	ดี
5	มีความปลอดภัยต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค	3.8	0.45	ดี
6	มีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมต่อการใช้งาน	3.6	0.55	ดี
7	มีการออกแบบชิ้นส่วนให้ง่ายต่อการบำรุงรักษา	4	0	ดี
8	มีความคล่องตัวในการเคลื่อนที่และจัดวางทิศทาง	3.8	0.45	ดี
ค่าเฉลี่ย		3.85	0.20	ดี
2 การสร้างภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่				
1	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจน	3.8	1.10	ดี
2	ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างจุดจดจำให้กับผู้บริโภค	3.6	1.14	ดี
3	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยที่ลงตัว	3.6	0.55	ดี
4	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่แปลกใหม่	4	0.71	ดี
ค่าเฉลี่ย		3.75	0.19	ดี

จากตาราง ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานรูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับดี ทั้งในด้านการพัฒนา และด้านการสร้างภาพลักษณ์ มีประเด็นที่ควรนำไปพัฒนาต่อคือการใช้ชิ้นส่วนมาตรฐานเพื่อความเหมาะสมต่อการผลิต การสร้างรูปแบบให้เป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น และเพิ่มเติมส่วนของประโยชน์ใช้สอย

ตารางที่ 4.9 การประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปแบบที่ 2

ข้อที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น (n=5)		ระดับความ เหมาะสม
		\bar{x}	S.D.	
1 การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่				
1	มีความเหมาะสมในด้านวัสดุอุปกรณ์	3.8	0.84	ดี
2	มีประโยชน์ใช้สอยที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการ	4	1	ดี
3	มีความแข็งแรงทนทาน	3.8	0.84	ดี
4	มีการใช้ชิ้นส่วนมาตรฐานเพื่อความเหมาะสมต่อการผลิต	3.8	0.84	ดี
5	มีความปลอดภัยต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค	3.6	0.55	ดี
6	มีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมต่อการใช้งาน	3.8	1.3	ดี
7	มีการออกแบบชิ้นส่วนให้ง่ายต่อการบำรุงรักษา	3.6	1.14	ดี
8	มีความคล่องตัวในการเคลื่อนที่และจัดวางทิศทาง	3.6	1.14	ดี
ค่าเฉลี่ย		3.75	0.24	ดี
2 การสร้างภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่				
1	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจน	3.6	1.14	ดี
2	ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างจุดจดจำให้กับผู้บริโภค	3.4	0.89	ปานกลาง
3	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยที่ลงตัว	3.4	0.89	ปานกลาง
4	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่แปลกใหม่	3.4	1.14	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.45	0.14	ปานกลาง

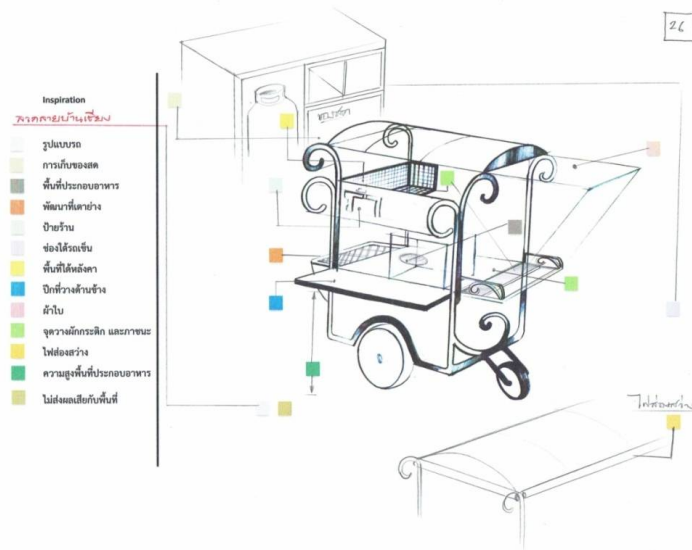
จากตารางผู้วิจัยสรุปได้ว่ารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานรูปแบบที่ 2 มีระดับความเหมาะสมในด้านการพัฒนาอยู่ในระดับดี และด้านการสร้างภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่มีความโดดเด่นในรูปแบบนี้คือ มีลักษณะของประโยชน์ใช้สอยที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.10 การประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปแบบที่ 3

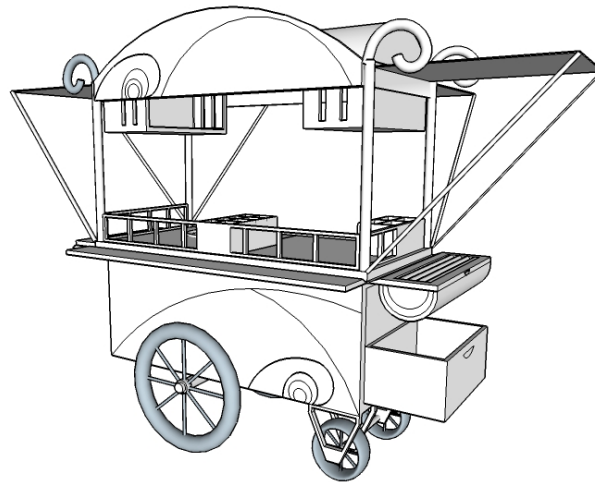
ข้อที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น (n=5)		ระดับความเหมาะสม
		\bar{X}	S.D.	
1 การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่				
1	มีความเหมาะสมในด้านวัสดุอุปกรณ์	3.6	0.89	ดี
2	มีประโยชน์ใช้สอยที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการ	3.4	1.14	ปานกลาง
3	มีความแข็งแรงทนทาน	3.6	0.55	ดี
4	มีการใช้ชิ้นส่วนมาตรฐานเพื่อความเหมาะสมต่อการผลิต	3.8	0.84	ดี
5	มีความปลอดภัยต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค	3.8	0.84	ดี
6	มีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมต่อการใช้งาน	3	1.41	ปานกลาง
7	มีการออกแบบชิ้นส่วนให้ง่ายต่อการบำรุงรักษา	3.8	0.84	ดี
8	มีความคล่องตัวในการเคลื่อนที่และจัดวางทิศทาง	3.6	0.89	ดี
ค่าเฉลี่ย		3.58	0.25	ดี
2 การสร้างภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่				
1	ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจน	2.8	1.10	ปานกลาง
2	ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างจุดจดจำให้กับผู้บริโภค	3.2	0.84	ปานกลาง
3	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยที่ลงตัว	3.2	0.84	ปานกลาง
4	ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่แปลกใหม่	3.2	1.30	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.10	0.23	ปานกลาง

จากตาราง ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานรูปแบบที่ 3 มีระดับความเหมาะสมอยู่ในด้านการพัฒนาอยู่ในระดับดี และด้านการสร้างภาพลักษณ์ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่มีความโดดเด่นในรูปแบบนี้คือ รูปแบบของชิ้นส่วนต่างๆง่ายต่อการผลิตและง่ายต่อการบำรุงรักษา

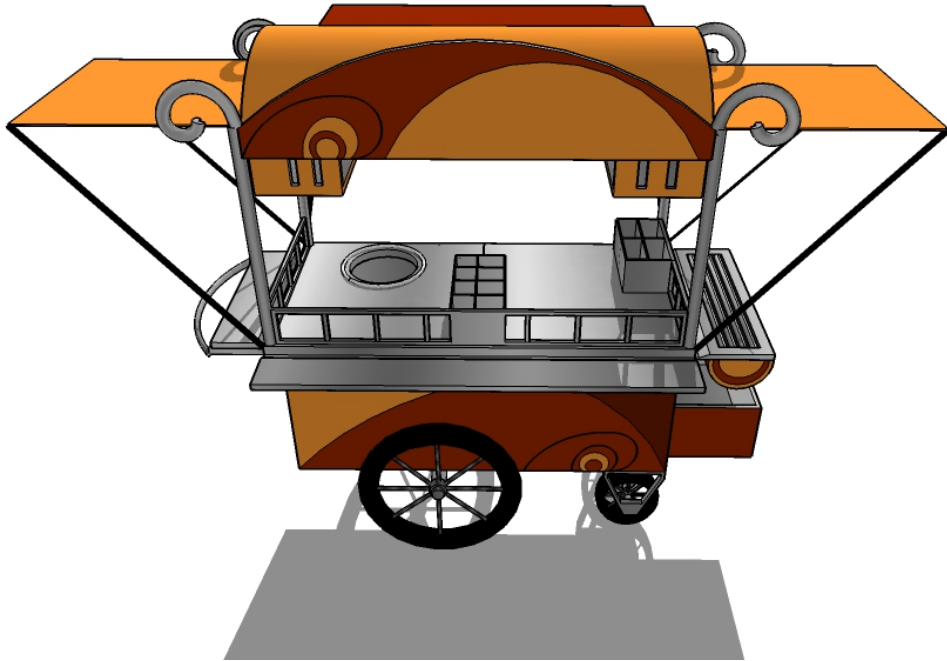
จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานรูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมในการนำไปพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน โดยรูปแบบที่ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4.10 – 4.25



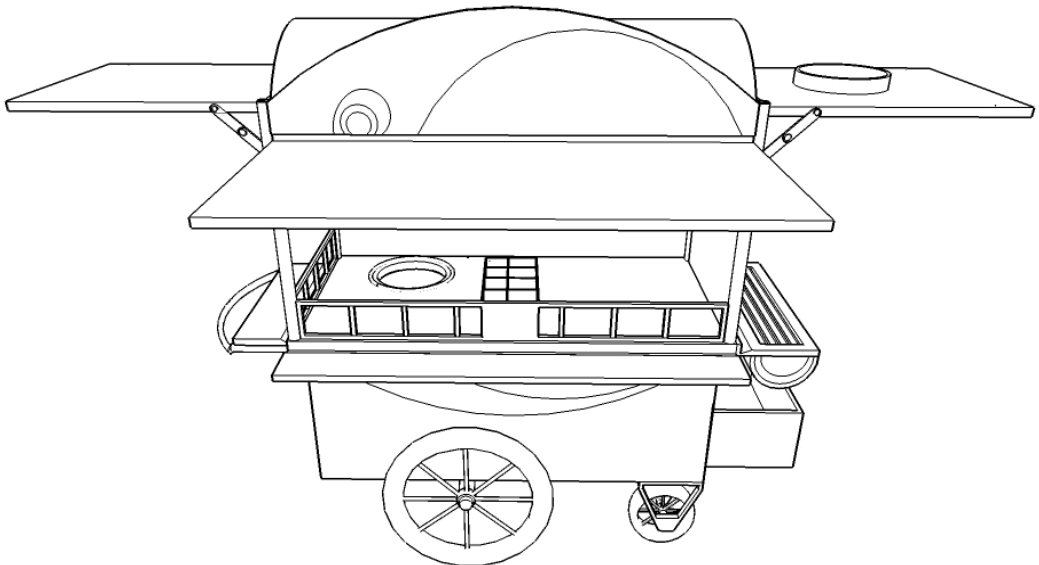
ภาพที่ 4.10 แบบร่างรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



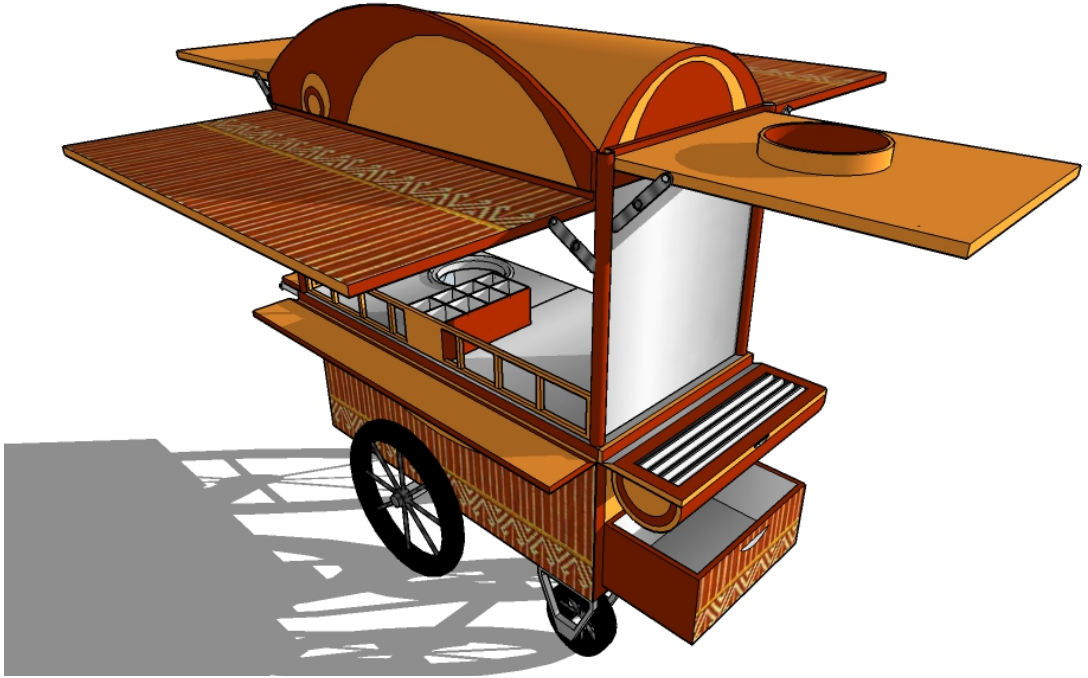
ภาพที่ 4.11 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



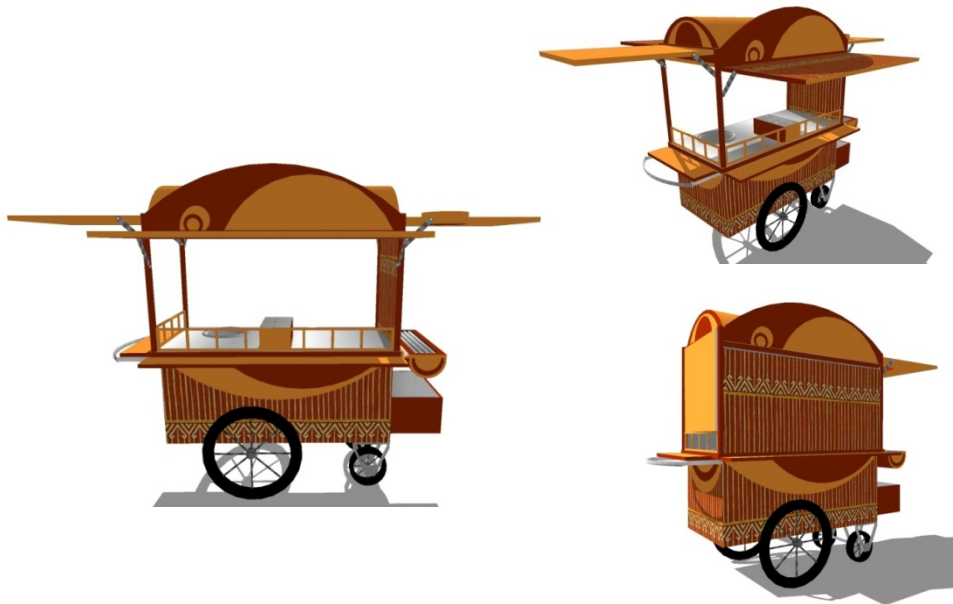
ภาพที่ 4.12 การพัฒนาภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ แบบที่ 1
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



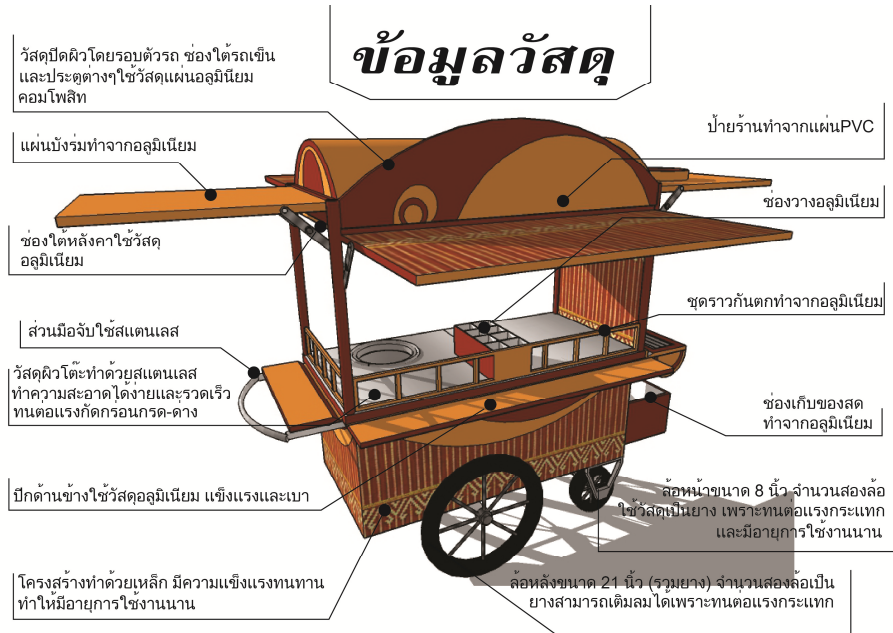
ภาพที่ 4.13 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



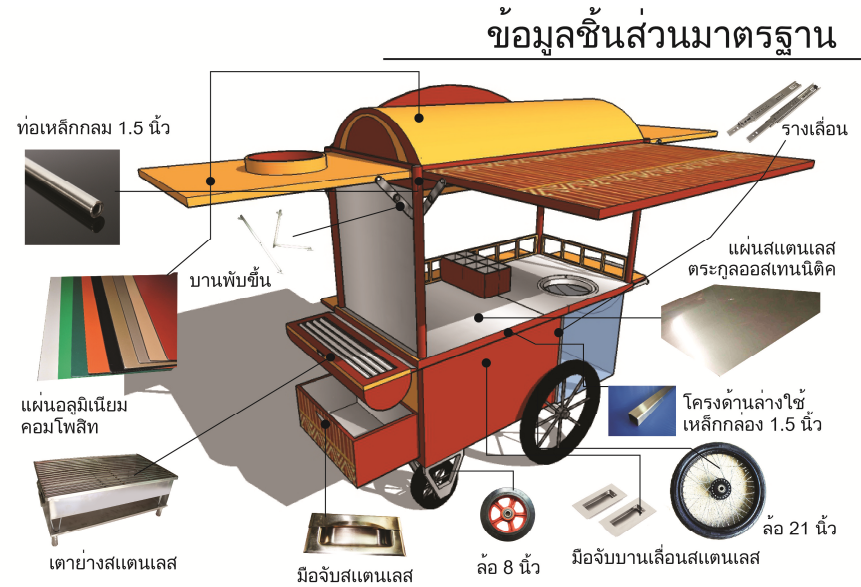
ภาพที่ 4.14 การพัฒนาภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : สัญญา สีสอาด (2560)



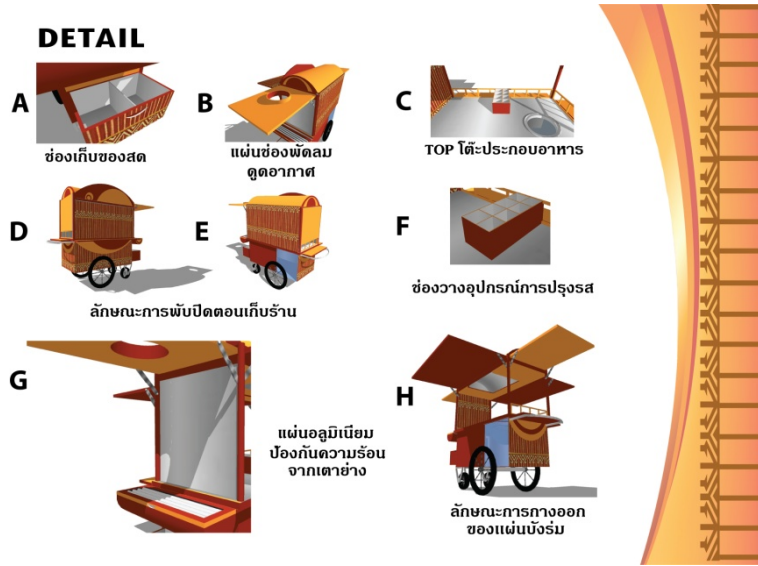
ภาพที่ 4.15 รูปแบบที่พัฒนาจากแนวทางและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : สัญญา สีสอาด (2560)



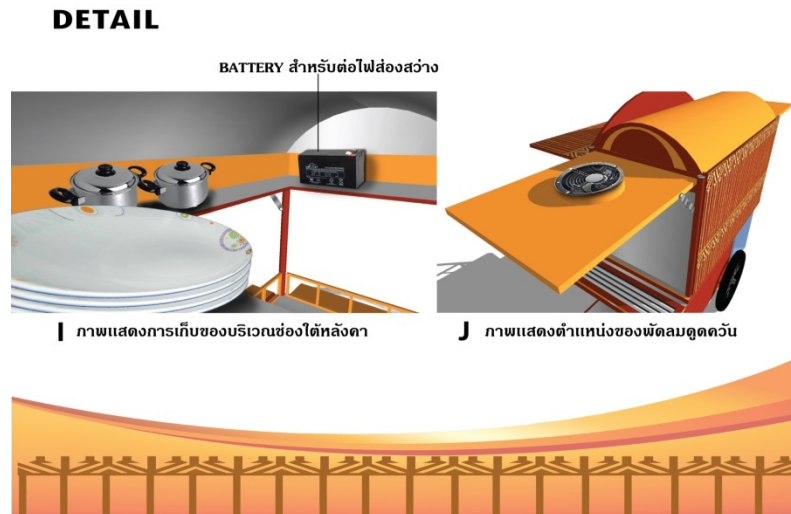
ภาพที่ 4.16 ข้อมูลวัสดุของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.17 ข้อมูลชิ้นส่วนมาตรฐานในการผลิตของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.18 ประโยชน์ใช้สอยของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.19 ประโยชน์ใช้สอยของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)

ระบบไฟส่องสว่างและช่องใต้หลังคา



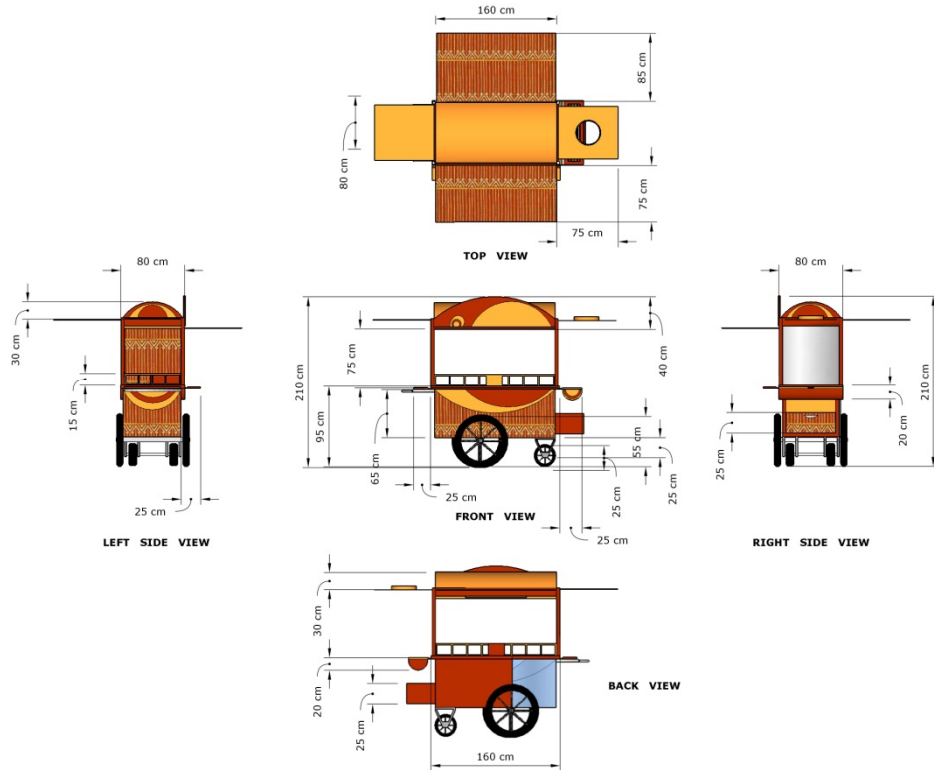
- หลอดไฟขาวฟลูออเรสเซนต์ติดตั้งตรงส่วนกลางด้านบนหลังคา
- หลอดไฟกลม LED ติดไว้ด้านซ้ายและขวา

ภาพที่ 4.20 ไฟส่องสว่างภายในรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)

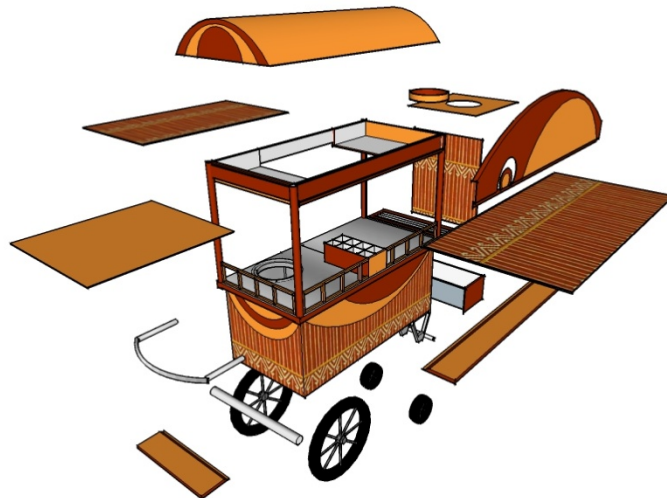
ลักษณะการจัดวางอุปกรณ์ภายในรถเข็น



ภาพที่ 4.21 zoning analysis
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.22 การเขียนแบบเพื่อการผลิต
ที่มา : สัณญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.23 Assembly Part
ที่มา : สัณญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.24 จำลองการใช้งานผลิตภัณฑ์
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ 4.25 จำลองการใช้งานผลิตภัณฑ์
ที่มา : สัญญา สีสะอาด (2560)

4.3 ผลการวิเคราะห์การศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

4.3.1 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนา

ตารางที่ 4.11 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 60)

ลำดับ	กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
1	เพศ	ชาย	25	42
		หญิง	35	58
2	อายุ	น้อยกว่า 18 ปี	9	15
		18-24 ปี	12	20
		25-31 ปี	16	27
		32-38 ปี	10	17
		39-45 ปี	7	11
		มากกว่า 45 ปี	6	10
3	การศึกษา	ม.6 หรือต่ำกว่า	21	35
		อนุปริญญา (.ปวส)	5	9
		ปริญญาตรี	26	43
		สูงกว่าปริญญาตรี	8	13
4	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	18	30
		ขายอาหารอีสานเคลื่อนที่	7	11
		ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	9	15
		พนักงานบริษัทเอกชน	16	27
		ธุรกิจส่วนตัว	5	9
		ครู	3	4
		รับจ้าง	1	2
5	รายได้ / เดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	20	34
		15,001-20,000 บาท	16	27
		20,001-30,000 บาท	17	28
		30,000 บาทขึ้นไป	7	11

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้ไปสอบถามความพึงพอใจ ในเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมบางชัน เขตมีนบุรี นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เขตลาดกระบัง

นิคมอุตสาหกรรม อัญธานีและนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โครงการ 2 โดยวิธีการสุ่ม ซึ่งได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

จากข้อมูลผู้วิจัยสรุปได้ว่า เพศหญิงมีความสนใจและนิยมรับประทานอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่มากกว่าเพศชายและผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-24 ปี และ 25-31 ปี นิยมรับประทานอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่เป็นอันดับต้นๆ และพบว่า กลุ่ม ม.6 หรือต่ำกว่า และกลุ่มปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยเรียนและวัยทำงาน จากข้อมูลสรุปได้ว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มพนักงานบริษัทมีความสนใจและนิยมรับประทานอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีอัตราการเข้ามาอุดหนุนร้านขายอาหารแบบเคลื่อนที่นี้สูงที่สุด มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนนักศึกษา คนวัยทำงาน ที่จะสามารถมีกำลังจ่ายให้กับร้านที่มีราคาอาหารไม่สูงนัก

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีข้อความเหมือนกับแบบสอบถามข้อคิดเห็น เพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลระหว่างการแสดงความคิดเห็นต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่แบบเดิมกับความพึงพอใจที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนา ซึ่งผลของการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนา ได้ผลดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่พัฒนาโดยผู้วิจัย (n=60)

ลำดับที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1.มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน				
1	มีภาพลักษณ์ที่ดีแสดงออกถึงภาพลักษณ์อาหารอีสาน	4.63	0.46	ดีมาก
2	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อการวางในพื้นที่จำหน่าย	4.53	0.59	ดีมาก
3	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้จำหน่าย	4.53	0.57	ดีมาก
4	มีภาพลักษณ์ที่ดีสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค	4.62	0.44	ดีมาก
5	มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะ	4.10	0.80	ดี
ค่าเฉลี่ย		4.51	0.57	ดีมาก
2.มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม				
1	มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสวยงาม	4.10	0.80	ดี
2	มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับวัสดุที่เหมาะสม	4.55	0.53	ดีมาก
3	มีการจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์ประกอบอาหารให้กับผู้จำหน่ายที่เหมาะสม	4.55	0.55	ดีมาก
4	มีองค์ประกอบการใช้สีสันทึ่สวยงาม	4.12	0.80	ดี
5	มีองค์ประกอบในการออกแบบที่เหมาะสมสวยงาม	4.12	0.92	ดี
ค่าเฉลี่ย		4.29	0.72	ดี

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ลำดับที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	แปล ความ
3.สอดคล้องกับเป้าหมาย				
1	สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบ	4.65	0.41	ดีมาก
2	สอดคล้องกับการใช้งานอย่างชัดเจน	4.08	0.85	ดี
3	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	4.07	0.86	ดี
4	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดวางอุปกรณ์ประกอบอาหาร	4.52	0.59	ดีมาก
5	สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค	4.52	0.57	ดีมาก
6	สอดคล้องกับน้ำหนักและการเคลื่อนย้าย	4.17	0.78	ดี
7	สอดคล้องต่อการดูแลรักษา	4.15	0.84	ดี
ค่าเฉลี่ย		4.31	0.70	ดี
4.มีความสะดวกตาเป็นเอกลักษณ์				
1	มีรูปแบบสวยงามโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภค	4.62	0.47	ดี
2	มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนจากการมองระยะไกล	4.62	0.45	ดี
3	มีเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นอีสาน	4.52	0.58	ดีมาก
4	มีเอกลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย	4.57	0.51	ดีมาก
5	สร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไป	4.62	0.46	ดีมาก
ค่าเฉลี่ย		4.59	0.49	ดีมาก

จากตารางที่ 4.12 ผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นด้านความพึงพอใจที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่พัฒนาโดยผู้วิจัย จำนวน 60 คน ได้ดังนี้

(1) ด้านภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน มีระดับความพึงพอใจในระดับดีมาก (\bar{x} = 4.51)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.57)

ในด้านภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสานนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงภาพลักษณ์ของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาอยู่ในระดับดีมากทั้งในด้านภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นรถขายอาหารอีสาน ภาพลักษณ์ที่ดีต่อการวางในพื้นที่จำหน่าย การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ประกอบการ และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้อย่างดีมาก ในด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะนั้น อยู่ในระดับดี เพราะพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละร้านมีความแตกต่างกันปัจจัยที่จะทำให้เกิดความสะอาดนั้นจึงขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการด้วย

(2) ด้านองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม มีระดับความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{x} = 4.29$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.72)

ในด้านองค์ประกอบที่เหมาะสมสวยงามนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนา มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับการใช้วัสดุได้อย่างดีมากและมีการจัดวางองค์ประกอบของตำแหน่งของอุปกรณ์ประกอบอาหารให้กับผู้จำหน่ายได้เหมาะสมดีมาก

(3) ด้านความสอดคล้องกับเป้าหมาย มีระดับความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{x} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.70)

ในด้านความสอดคล้องกับเป้าหมายนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบดีมากอีกทั้งยังมีความสอดคล้องระหว่างการจัดวางอุปกรณ์กับพื้นที่ในตัวรถเข็น และสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคได้ดีมาก

(4) ด้านความสะดุดตาเป็นเอกลักษณ์ มีระดับความพึงพอใจในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.49)

ในด้านความสะดุดตาเป็นเอกลักษณ์นั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาว่ามีเอกลักษณ์ที่บอกถึงความเป็นอีสาน ด้านประโยชน์ใช้สอยและสามารถสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไปได้ดีมาก

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

5.1.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบการจำหน่าย การใช้ชีวิตของผลิตภัณฑ์ พบว่ารูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่นั้น มี 2 ประเภท คือ ประเภทเคลื่อนที่แบบตระเวนจำหน่าย และประเภทเคลื่อนที่มาจอดทำการจำหน่ายเฉพาะจุด จากการลงพื้นที่ศึกษาของผู้วิจัยพบว่าประเภทเคลื่อนที่แบบตระเวนจำหน่าย มีความสามารถเคลื่อนที่ไปยังสถานที่ต่างๆได้อย่างรวดเร็ว เพราะทำการพ่วงติดกับรถจักรยานยนต์ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้บริโภคต้องซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน เพราะไม่มีพื้นที่ในการนั่งรับประทาน ทำให้ดึงดูดลูกค้าได้ในจำนวนไม่มากนักต้องอาศัยไปตามที่ต่างๆ จำนวนหลายที่ ในแต่ละวัน พบปัญหาควันและมลพิษที่ตามมาด้วยการเดินทางอีกทั้งไม่มีปัญหาเรื่องค่าน้ำมันที่จะต้องเสียไปกับการเดินทาง ซึ่งจะไม่พบปัญหาในส่วนนี้ และจากการที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ก็ได้พบว่า จำนวนผู้ประกอบการเทียบในแต่ละเขตที่ผู้วิจัยลงพื้นที่นั้นจะเป็นไปในประเภทเคลื่อนที่มาจอดทำการจำหน่ายเฉพาะจุดมากกว่า โดยเฉพาะรถขายอาหารเคลื่อนที่ที่เป็นแบบรถเข็น เพราะมีพื้นที่ทำการจำหน่ายและจุดให้นั่งรับประทาน มีพื้นที่ในการจัดเก็บอุปกรณ์ทำการขายต่างๆ ได้ภายในตัวรถเข็น ทำการติดตั้งและปิดร้านได้อย่างสะดวก ทำความสะอาดได้โดยง่ายและสามารถใช้ไฟฟ้าทำการจำหน่ายได้ในช่วงกลางคืน จึงสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากกว่า ผู้บริโภคจะทำงานหรือเสร็จภารกิจในช่วงเย็น และสามารถไปอุดหนุนได้ตามตำแหน่งนัดพบ

5.1.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลด้านองค์ประกอบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ พบว่ารถขายอาหารเคลื่อนที่ที่มีการใช้งานที่ต้องพบทั้งความร้อน ความชื้น และความมันจากการประกอบอาหาร วัสดุที่พบเห็นโดยมากจะเป็นโลหะ ซึ่งโลหะนั้นมีด้วยกันหลายชนิด โลหะที่มีคุณสมบัติแข็งแรงและเหมาะแก่การขึ้นโครงสร้างนั้น คือ เหล็ก สามารถดัดขึ้นรูปได้ง่ายและมีความทนทาน โลหะที่มีคุณสมบัติแข็งแรง น้ำหนักเบา และเกิดสนิมได้ยาก คือ อลูมิเนียม เหมาะสำหรับใช้ในการปิด

ผิวโครงสร้าง และช่วยเพิ่มความงามสำหรับรูปลักษณะภายนอกของรถเข็น โลหะที่มีคุณสมบัติที่เกิดสนิมได้ยาก น้ำหนักปานกลาง ทำความสะอาดง่าย ทนต่อกรด และความร้อน คือ สแตนเลส เหมาะสำหรับการติดตั้งในส่วนของการประกอบอาหารในจุดต่างๆของตัวรถเข็น ส่วนองค์ประกอบด้านการใช้งานของรถเข็นนั้นประกอบไปด้วย ส่วนของหลังคา ใช้เพื่อป้องกันแดดฝน ส่วนของมือจับ ที่ใช้ในการเข็น ล้อ ใช้ในการขับเคลื่อน ซึ่งเป็นการดัดแปลงนำล้อของรถจักรยานยนต์มาเป็นองค์ประกอบเพื่อการรับน้ำหนักที่ดี ช่องเก็บของภายในรถเข็น จะมีพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้สำหรับเก็บอุปกรณ์หรือภาชนะต่างๆที่ใช้ในการจำหน่าย ป้ายหน้าร้านที่จะเป็นจุดหนึ่งสร้างจุดจดจำให้กับผู้บริโภคได้ อีกทั้งส่วนต่อเติมอื่นๆ เช่น ที่วางที่สามารถพับเก็บได้ ส่วนของเตาย่าง และส่วนของที่กำบังแดด

5.1.1.3 ผลการศึกษากฎหมายเทศบัญญัติ พบว่า การจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะผู้จำหน่ายและผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าจะต้องจัดวางสิ่งของอุปกรณ์ประกอบการค้าและทรัพย์สินใดๆให้เป็นระเบียบเรียบร้อยไม่ยื่นล้ำบริเวณที่กำหนดรวมทั้งตัวผู้ค้าต้องไม่ล้ำลงมาในผิวจราจรแฉ่งสำหรับวางขายเช่นแคร่แทนโต๊ะรถเข็นต้องทำด้วยวัสดุที่แข็งแรงมีการรักษาความสะอาดบริเวณที่จำหน่ายสินค้าอยู่เสมอทั้งในระหว่างทำการค้าและหลังจากเลิกทำการค้าและจัดให้มีภาชนะรองรับมูลฝอยที่ถูกต้องด้วยสัญลักษณ์ไว้ให้เพียงพอห้ามกระทำการใดๆกับต้นไม้หรือคอกต้นไม้เช่นพาดติดตั้งวางแผงค้าหรือเกาะเกี่ยวสายไฟฟ้าหลอดไฟฟ้าหรืออุปกรณ์ประกอบการค้ารวมถึงการตอกตะปูผูกเชือกหรือยึดสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเด็ดขาดห้ามใช้เครื่องกำเนิดไฟฟ้าเครื่องขยายเสียงหรือเปิดวิทยุเทปหรือกระทำโดยวิธีอื่นใดที่ก่อให้เกิดเสียงดังจนเกิดเหตุรำคาญแก่ผู้อื่นหลังจากเลิกทำการค้าต้องเก็บวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบการค้าออกจากบริเวณที่อนุญาตให้แล้วเสร็จโดยไม่มีขี้เข้าในส่วนของที่เตรียมทำประกอบปรุงและแผงวางจำหน่ายอาหารต้องสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตรและจัดให้มีการป้องกันอันตรายต่อสุขภาพรวมทั้งป้องกันไม่ให้เกิดเหตุรำคาญเนื่องจากการจำหน่ายทำประกอบปรุงและเก็บอาหาร

5.1.1.4 ผลการศึกษาข้อมูลด้านนโยบายของภาครัฐที่มีต่อการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ พบว่า นโยบายรัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุขซึ่งมีนโยบายเตรียมความพร้อมในการรองรับประชาคมอาเซียนทั้งด้านการบริการสุขภาพด้านการควบคุมมาตรฐานอาหารนำเข้าและส่งออกรวมทั้งอาหารที่จำหน่ายและบริโภคในประเทศด้วยเพื่อให้ประชาชนได้บริโภคอาหารปลอดภัยซึ่งจะส่งผลต่อการมีสุขภาพดีลดปัญหาการเจ็บป่วยกรรมอนามัยเร่งรัดให้ร้านอาหารและแผงลอยพัฒนาให้ได้มาตรฐานเพื่อยกระดับมาตรฐานร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารเตรียมพร้อมก้าวสู่การเป็นครัวโลกสร้างความเข้าใจมาตรฐานรถเข็นและแผงขายอาหารปลอดภัยในการพัฒนาเน้นเรื่องความสะอาด จัดร้านให้ดูดี ราคาประหยัด พร้อมมีการพัฒนาต่อยอดร้านค้าให้มีความทันสมัย ใช้

เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในร้าน ให้ประเทศไทยเป็นครัวโลกนอกจากจะผลิตอาหารให้เพียงพอแล้ว อาหารจะต้องปลอดภัยเป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของนานาชาติ (ไทยรัฐ.2556: ออนไลน์)

5.1.2 สรุปผลการประเมินด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยดำเนินการร่างรูปแบบพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน แบบ 30 และเลือกรูปแบบโดยวิธีการแยกหมวดหมู่รูปแบบจากแรงบันดาลใจที่ใช้ในการร่างแบบจากเอกลักษณ์อีสาน ได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรงบันดาลใจจากงานศิลปะอีสาน กลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องมือเครื่องใช้อีสาน และกลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องดนตรีอีสาน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ SWOT Analysis แต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้ แบบที่มีจุดอ่อนและอุปสรรคการพัฒนา จำนวนที่น้อยที่สุดในนวน 3 แบบ ผู้วิจัยทำการพัฒนารูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานทั้ง 3 รูปแบบ ก่อนนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญเลือกรูปแบบที่ 1 โดยให้เหตุผลว่า สามารถแสดงเอกลักษณ์ความเป็นอีสานได้ชัด และมีจุดที่สร้างการจดจำได้ พื้นที่ในการประกอบอาหารมีความกว้างขวางและสามารถยืดหยุ่นสลับพื้นที่การจัดวางภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ ได้ ส่วนข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนา ควรเพิ่มเติมส่วนของลวดลายที่เกี่ยวข้องกับความ เป็นอีสานรูปแบบอื่นๆมาประกอบกับการตัดทอนของลวดลายบนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง เพื่อให้เกิดจุดจดจำและภาพลักษณ์ที่ชัดเจน โดยตัดทอนลวดลายให้มีความต่อเนื่องกันทั้งส่วนด้านบนและด้านล่างของตัวรถ เพิ่มส่วนโค้งของหลังคาและพัฒนากันสาดให้มีรูปแบบที่สามารถปิดพับได้ในเวลาที่ปิดร้านและเพิ่มพื้นที่ใต้หลังคาให้เกิดการใช้งานที่คุ้มค่าที่สุดกับพื้นที่ที่มีอยู่ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ผู้วิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมด้านการพัฒนาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$)(S.D.=0.20) และระดับความเหมาะสมด้านภาพลักษณ์ก็อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$)(S.D.=0.29) เช่นเดียวกัน จึงนำเอารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานรูปแบบที่ 1 มาเข้าสู่กระบวนการพัฒนาแบบร่าง โดยนำเอาข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาและสรุปรูปแบบ เพื่อแบบการนำไปผลิตเป็นหุ่นจำลองต้น

5.1.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ประกอบการและผู้บริโภคอาหารอีสาน ที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ รวมจำนวน 60 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาอยู่ในระดับดี โดยแยกตามการประเมินแต่ละด้าน สรุปผลได้ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสานนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงภาพลักษณ์ของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาอยู่ในระดับดีมากทั้งในด้านภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นรถขายอาหารอีสาน ภาพลักษณ์ที่ดีต่อการวางในพื้นที่จำหน่าย การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ประกอบการ และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้อย่างดีมาก ในด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะนั้น อยู่ในระดับดี เพราะพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละร้านมีความแตกต่างกันปัจจัยที่จะทำให้เกิดความสะอาดนั้นจึงขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการด้วย ส่วนตัวรถเข็นนั้นก็ได้ใช้วัสดุที่มีความง่ายต่อการทำความสะอาดและดูแลรักษาเหมาะแก่การประกอบการอาหารนั่นก็คือสแตนเลส ซึ่งจะช่วยให้ตัวรถเข็นมีความสะอาดถูกสุขลักษณะมากยิ่งขึ้น

ด้านองค์ประกอบที่เหมาะสมสวยงามนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนา มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับการใช้วัสดุได้อย่างดีเยี่ยมโดยเฉพาะการเลือกและมีการจัดวางองค์ประกอบของตำแหน่งของอุปกรณ์ประกอบอาหารให้กับผู้จำหน่ายได้เหมาะสมดีมาก

ด้านความสอดคล้องกับเป้าหมายนั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงรูปแบบของวัสดุที่แตกต่างกันในส่วนต่างๆให้เหมาะแก่การใช้งานของผู้ประกอบการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบดีมากอีกทั้งยังมีความสอดคล้องระหว่างการจัดวางอุปกรณ์กับพื้นที่ในตัวรถเข็น และสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคได้ดีมาก

ด้านความสะอาดความเป็นเอกลักษณ์นั้นผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นถึงรูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่ผู้วิจัยพัฒนาว่ามีเอกลักษณ์ที่บอกถึงความเป็นอีสาน ด้านประโยชน์ใช้สอยและสามารถสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไปได้ดีมาก

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน พบว่ารูปแบบการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ จะพบในรูปแบบรถเข็นเป็นส่วนใหญ่ พฤติกรรมจำหน่ายจะเคลื่อนย้ายรถเข็นจากที่พักหรือที่จอดพักไว้มายังจุดที่ทำการขาย ซึ่งเป็นบริเวณบาทวิถี หรือจุดพื้นที่ให้เช่า ผู้ประกอบการจะใช้พื้นที่จัดวางอุปกรณ์ภาชนะต่างๆวางเพิ่มเติมนอกตัวรถเข็นเกิดการใช้พื้นที่มากเกินไปและไม่เป็นหมวดหมู่ สร้างความไม่สะดวกทั้งต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค เกิดความไม่มั่นใจในตัวผู้บริโภคในด้านสุขลักษณะ อีกประเด็นที่สำคัญคือภาพลักษณ์ที่จะสามารถสร้างจุดจดจำและเชิญชวนผู้บริโภคให้มาอุดหนุนนั้นไม่เด่นชัด รถเข็นที่ขายอาหารอีสานมีความคล้ายคลึงและกลมกลืนกับรถขายอาหารประเภทอื่นๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาสภาพปัญหา และศึกษาข้อมูลรายละเอียดของรูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เดิม ทั้งด้านชนิดของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ รูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ พฤติกรรมการขายและการใช้งานรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา บุนนาค.2555 ที่ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบของแผงลอยและรถเข็นอาหารต้องเป็นต้นแบบที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ เพื่อยกระดับมาตรฐานของ

การใช้งานแผงลอยและรถเข็นเพื่อการบริการอาหารแก่ผู้บริโภครั่วไป โดยลักษณะของประโยชน์ใช้สอยภายในตัวรถเข็นที่ผู้วิจัยพัฒนามีการออกแบบส่วนของการพับปิดในทุกด้าน เมื่อเวลาเปิดทำการจำหน่ายสามารถใช้บังแดดบังฝนได้ และเมื่อปิดการจำหน่ายยังสามารถป้องกันหนูและแมลงต่างๆ ที่จะมาสร้างความสกปรกภายในตัวรถเข็น และผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปปัญหาได้ว่าควรพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ความเป็นอีสาน สร้างความมั่นใจด้านสุขลักษณะ และช่วยให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวต่อผู้ประกอบการขณะประกอบอาหารบนรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เมื่อทำการวิเคราะห์ปัญหาแล้ว ผู้วิจัยจึงร่างแบบโดยมีความสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเยาวฤทธิ กระจุกฤกษ์.2545 ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งรถเข็นอาหารอีสานที่ผู้วิจัยพัฒนานั้น ได้ออกแบบโดยใช้หลักการออกแบบโดยครบถ้วน ทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การออกแบบผังการประกอบอาหาร ส่วนของบริเวณเตาอย่าง พื้นที่ที่ออกแบบเพิ่มเติมต่างๆ เช่น พื้นที่ใต้หลังคา เป็นการใช้พื้นที่มุมอับให้เกิดประโยชน์ พื้นที่ใต้รถเข็นที่มีการเสริมลิ้นชักเก็บของสดเข้าไปได้ อีกทั้งการออกแบบโดยใช้วัสดุที่คงทนแข็งแรงสามารถดูแลรักษาได้ง่าย ในส่วนของพื้นประกอบอาหารใช้ลักษณะของแผ่นสแตนเลส วัสดุปิดผิวโดยรอบใช้วัสดุอะลูมิเนียมคอมโพสิตที่สามารถออกแบบลวดลายสีสันต่างๆ ลงไปได้เพิ่มในด้านความงามและความคงทน โครงสร้างใช้เหล็กที่มีความแข็งแรงและราคาอยู่ในระดับปานกลาง ป้ายร้านทำจากวัสดุพีวีซี เน้นความเบาแต่แข็งแรง โดยลักษณะของป้ายจะอยู่บนที่สูงซึ่งหากใช้วัสดุที่หนักจะทำให้น้ำหนักในการเข็นเพิ่มมากขึ้น และพีวีซีนี้ก็สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของตัวอักษรได้ง่ายในลักษณะของการออกแบบป้ายร้าน และสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดด้านการผลิตของปริญญาญ์ บุญกนิษฐ์ และอรรคเจตต์ อภิขจรศิลป์.2552 ที่กล่าวว่า แนวทางการผลิตในระบบอุตสาหกรรมต้องออกแบบโดยใช้ชิ้นส่วนมาตรฐาน ที่มีจำหน่ายทั่วไปเพื่อช่วยลดต้นทุนในการสั่งผลิตชิ้นส่วนเฉพาะ และออกแบบให้ง่ายต่อการเคลื่อนที่กับการจัดวางทิศทาง ผู้วิจัยมองเห็นความสำคัญในจุดนี้ ที่เวลาผลิตจะไม่ต้องขึ้นรูปชิ้นส่วนใหม่แต่เป็นการนำชิ้นส่วนมาตรฐานเดิมมาปรับใช้กับรูปแบบของรถเข็นให้ได้อย่างลงตัว ลดต้นทุนในการผลิต และการซ่อมแซมหากเกิดการชำรุดเสียหาย ก็ยังสามารถหาซื้อมาทดแทนได้ในท้องตลาด ในส่วนของชิ้นส่วนมาตรฐานภายในรถเข็นนั้นประกอบไปด้วย ล้อหน้าและล้อหลัง โครงเหล็กที่ใช้ขึ้นโครงสร้าง เตาย่าง ส่วนของมือจับ พัดลมดูดควัน บานพับในจุดต่างๆ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการสามารถซ่อมแซมเองได้โดยง่าย จากนั้นผู้วิจัยทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ได้รูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ที่พัฒนาการใช้พื้นที่ภายในรถเข็นอย่างคุ้มค่าและคล่องตัวในการประกอบอาหารของผู้ประกอบการ สร้างจุดจดจำเกิดความมั่นใจให้กับผู้บริโภครซึ่งสอดคล้องกับหลักการสร้างภาพลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของสุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547 ที่ได้กล่าวว่า การออกแบบภาพลักษณ์อย่างยั่งยืนที่ชัดเจน โดดเด่นในใจของกลุ่มเป้าหมายจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อหรือลูกค้า การเลือกใช้วัสดุที่มีประสิทธิภาพในการผลิต และการทำให้ผลิตภัณฑ์สื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและพัฒนาารขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ผู้วิจัยได้เรียนรู้และมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ และเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่น อีกทั้งยังสามารถเชิญชวนให้คนทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัย ได้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอาหารอีสาน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลักษณะการขายอาหารประเภทรถเข็น ให้เป็นที่ยอมรับและยกระดับความเชื่อมั่นทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค
3. งานวิจัยนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดความภูมิใจในเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานสามารถนำไปต่อยอดสู่การสร้างภาพลักษณ์ให้กับวัฒนธรรมย่อยอื่นๆภายในประเทศไทยได้
4. สามารถนำหลักการและแนวความคิดจากงานวิจัยนี้ไปต่อยอดสู่การขายอาหารประเภทอื่นๆได้ ทั้งในรูปแบบรถเข็นและแผงลอยจำหน่ายอาหาร
5. งานวิจัยนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการขายอาหารในปัจจุบัน ให้มองเห็นความสำคัญในเรื่องของสุขลักษณะ การสร้างภาพลักษณ์แก่ตนเอง และความแปลกใหม่ที่สามารนำไปประยุกต์ใช้ได้กับกิจการของตนเอง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรนำเสนอแนวทางเพื่อเป็นการพัฒนา หรือต่อยอดให้กับลักษณะการขายอาหารแบบรถเข็นในอาหารประเภทอื่นๆ
2. การนำลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ในงานผลิตภัณฑ์ ไม่ควรตัดทอนรูปแบบสามารถนำมาใช้ได้โดยไม่ต้องประยุกต์หรือดัดแปลง เพื่อให้แสดงเอกลักษณ์ออกมาได้อย่างเด่นชัดยิ่งขึ้น
3. ควรเพิ่มเติมการวิเคราะห์จุดเชื่อมต่อของอุปกรณ์ ชิ้นส่วน และวัสดุต่างๆภายในตัวรถเข็น รวมทั้งศึกษาชิ้นส่วนที่มีลักษณะสามารถถอดประกอบที่อาจจะส่งผลต่อการสิ้นคลอนของตัวรถเข็น
4. เพิ่มเนื้อหาลักษณะการเคลื่อนไหว(User Analysis)ขณะทำการขายของผู้ประกอบการในระยยะมิติของตัวรถเข็น ว่ามีพฤติกรรมอย่างไรบ้างในการขายแต่ละครั้ง
5. ควรเสริมในเรื่องของภาพลักษณ์องค์กรณ์โดยอาจจะมีลักษณะของตราสัญลักษณ์ ชุดของผู้ประกอบการ ให้ศึกษาถึงภาพลักษณ์แบบองค์รวม เพื่อความครอบคลุม และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2555. **อัตลักษณ์ไทย**. ปทุมธานี: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- จรรยา เดชกุญชร. 2552. **อาหารไทยภาคอีสาน รวมสูตรอาหารอีสานยอดนิยม**. กรุงเทพฯ : บริษัท วี.พรีนธ์ (1991) จำกัด
- จินตนา บุณนาค. 2555. **การพัฒนาต้นแบบแผงลอยอนามัย สำหรับการให้บริการอาหารใน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ชลิต ชัยครรชิต. 2549. **สังคมและวัฒนธรรมอีสาน**.ขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ชัยรัตน์ อัครวางกูร.2548.**ออกแบบให้โดนใจ** .กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- ดวงฤทัย อารังโชติ. 2550. **เทคโนโลยีภาษาชนะบรรจุ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ไทยรัฐออนไลน์. 2556. **กระทรวงสาธารณสุข คลอดมาตรฐานรถเข็นขายอาหารต้นแบบ สะอาดปลอดภัยทั้งตัวรถ อาหาร และผู้ขาย รองรับประชาคมอาเซียน**. ค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2558, จาก<http://www.thairath.co.th/content/330943>
- นิกร ศรีเสน. 2549 . **ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอีสานของผู้บริโภคในตลาดดินแดง**. กรุงเทพมหานครมหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- บุรีรัตน์ สามัตถิยะ. 2544. **ภาคตะวันออกฉียงเหนือ**.(พิมพ์ครั้งที่4).กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- ปริญญา บุญกนิษฐ และ อรรคเจตต์ อภิขจรศิลป์.2552. **การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** . กรุงเทพฯ : ฝ่ายสารสนเทศและวิชาการ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- พัฒน์ สุจำนงค์.2519. **คู่มือการสุขาภิบาลอาหาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แพร่พิทยาอินเตอร์เนชั่นแนล
- พัฒพงศ์ จงไพรัตน์ .2555. **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านอาหารอีสาน ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**.ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- เพ็ญจิต โยสีดา. 2549. **รวมสุดยอดอาหารอีสาน**.(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : บริษัท คอมม่า ดีไซน์ แอนด์พรีนธ์ จำกัด
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2543. **ผ้าทอพื้นเมืองในภาคอีสาน**. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- เยาวฤทธิ์ กระตุกฤษ. 2545. **การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน**. กรุงเทพฯ: ส่วนพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเรือน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รักเล่ห์ ไต้สำโรง. 2557. การศึกษาและออกแบบเก้าอี้พักคอยในตลาดโบราณบางพลี จังหวัด

สมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ราตรี แก้วแสงธรรม. 2555. **แซบอีสาน.** กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
จำกัด (มหาชน)

วราชัย ชิงทอง. 2555. **เอกลักษณ์ร้านอาหารอีสาน ตำมั่ว.** กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2542. **พจนานุกรม หัตถกรรมพื้นบ้านภาคอีสาน.** กรุงเทพฯ: บริษัท ต้นอ้อ 1999
จำกัด

ศิริพรณ์ ปีเตอร์.2555 . **โครงการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: โครงการตำรา
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ศิริลักษณ์ รอดยันต์. 2552. **สัมต่าเป็นอาชีพ.** กรุงเทพฯ: แสงแดด

สุมิตรา ศรีวิบูลย์.2547. **Corporate Identity การออกแบบอัตลักษณ์.**(พิมพ์ครั้งที่2).นนทบุรี:
สำนักพิมพ์ Core Function

อุดมศักดิ์ สาริบุตร 2549. **เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.**กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร์

อุดมศักดิ์ สาริบุตร.2552. **รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การออกแบบภาพลักษณ์องค์กรและ
บรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืนสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มคนพิการและผู้ด้อยโอกาสใน
เขตภาคกลาง.**กรุงเทพฯ : โครงการตำรา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกลักษณ์ จารุกิจไพศาล. 2557. **การแสดงอัตลักษณ์ของร้านอาหารอีสาน กรณีศึกษา
ร้านอาหารอีสานในเขตกรุงเทพมหานคร.**กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์

ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ค การบันทึกแบบสังเกตของผู้วิจัย

ภาคผนวก ง การบันทึกแบบสัมภาษณ์ของผู้วิจัย

ภาคผนวก จ ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

ภาคผนวก ฉ บทความวิจัย

ภาคผนวก ช ภาพการประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์

1. หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
2. หนังสือขอความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์
3. หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / **3805** วันที่ ๖ กันยายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์

ด้วย นายสัญญา สีสะอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ
ผศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่าน
เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการ
ตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายสัญญา สีสะอาด มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบ
แบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smr At

(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

[Signature]



บันทึกข้อความ


หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3805 วันที่ 7 กันยายน 2559

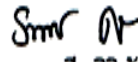
เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผศ.ดร.จตุรงค์ เลหาพะเพ็ญแสง / ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์ / ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์

ด้วย นายสัญญา สีสอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ
ผศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่าน
เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการ
ตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายสัญญา สีสอาด มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบ
แบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

๒๗/๙/๕๙

 ศทศ.ดร.จตุรงค์ ภูพัฒน์


 (ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)
 รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
 ปฏิบัติการแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3805 วันที่ ๖ กันยายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

ด้วย นายสัญญา สีสอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ
ผศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่าน
เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการ
ตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายสัญญา สีสอาด มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบ
แบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ฉันทให้ ความ อนุเคราะห์ น

ที่ ศธ 0524.04/ **3804**

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

๗ กันยายน 2559

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน ผู้ประกอบการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ริมทาง

ด้วยนายสัญญา สีสะอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ท่าน เรื่อง ศึกษาและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนาารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี สิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 089-007-9504



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 1322 วันที่ 2 เมษายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เรียน รศ.ดร.จินตนา บุณนาค

ด้วย นายสัญญา สีสอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน" โดยมี รศ.อุคมศักดิ์ สารีบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.
ทรงวุฒิ เอกภูมิวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับ
เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ของ นายสัญญา สีสอาด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smr At

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เรียน รศ.ดร.จินตนา

อาจารย์จินตนา อิม ๙ รม เป็น ผู้เชี่ยวชาญ ให้ กับ นักศึกษา

นาย สัญญา สีสอาด

Smr At

(ดร.ราตรี บุณนาค)

12 เม.ย. 60



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. สวนสุนันทาวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3803 วันที่ 7 กันยายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เรียน รศ.ว่าที่ร้อยโท ดร.พิชัย สดภิบาล

ด้วย นายสัญญา สีสะอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.
ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับ
เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ของ นายสัญญา สีสะอาด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ดร.ราตรี ศิริพินธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

๑๑ ก.ย. ๕๙



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3803 วันที่ ๒ กันยายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และด้านการผลิต
ในระบบอุตสาหกรรม

เรียน อาจารย์ธีรชาติ เลิศชำช่องกุล

ด้วย นายสัญญา สีสอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.
ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับ
เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
และด้านการผลิตในระบบอุตสาหกรรมของ นายสัญญา สีสอาด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Sm ๑๗

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ฉันได้ไปสมัครแล้วค่ะ.

Bong

13 กย 59



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3803 วันที่ ๗ กันยายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เรียน อาจารย์ณัฐชัย จันเสน

ด้วย นายสัญญา สีสะอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.
ทรงวุฒิ เอกภูผิวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับ
เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ของ นายสัญญา สีสะอาด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ดร.รัตนา สิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

อนัดรับเป็นเจ้าที่ทก,

- Ananta
29 ส.ก. 60



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 1322 วันที่ 2 เมษายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

เรียน อาจารย์ดารณี ธนวัฒน์

ด้วย นายสัญญา สีสะอาด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์อาหารอีสาน" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.
ทรงวุฒิ เอกภูมิวงศา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับ
เรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
การพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ของ นายสัญญา สีสะอาด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smr Ahr

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1.แบบสังเกตรชขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในรูปแบบเดิม
- 2.แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรชขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- 3.แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรชขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน
- 4.แบบสอบถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ

แบบสังเกตการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในรูปแบบเดิม
ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

นายสัญญา สีสอาด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง แบบสังเกตการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในรูปแบบเดิมนี้ ใช้ในการสังเกตเพื่อวิเคราะห์สภาพของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ วัสดุและองค์ประกอบต่างๆที่ใช้ในการออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา

ตารางแบบสังเกตที่ 1

รายการ	ข้อมูล	ความ ต้องการ	ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด		
			1	2	3

ตารางแบบสังเกตที่ 2

ภาพรถขายอาหารอีสาน เคลื่อนที่	ชนิดและอุปกรณ์ของรถขาย อาหารอีสานเคลื่อนที่	สภาพที่พบ

ลงชื่อ.....

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

นายสัญญา สีอาด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อผู้ประกอบการ.....



ภาพถ่าย

ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน.....

อายุร้าน.....เวลาทำการขาย.....ราคารถ.....

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

.....

.....

.....

แบบสอบถาม เพื่อหาข้อมูลและความต้องการเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ
เรื่อง การพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

- 1.แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลจากผู้จำหน่ายและผู้บริโภค อาหารอีสานในรูปแบบที่เป็นรถเคลื่อนที่
- 2.แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ถึงรูปแบบรถขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่
- 3.โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
- 4.กรุณาพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ พร้อมทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ระดับที่ 1 เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด
ระดับที่ 2 เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมน้อย
ระดับที่ 3 เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมปานกลาง
ระดับที่ 4 เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมมาก
ระดับที่ 5 เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมมากที่สุด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2** แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบรถขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
- ส่วนที่ 3** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

นายสัญญา สีสอาด

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 เพศ

[] ชาย [] หญิง

1.2 อายุ

[] น้อยกว่า 18 ปี [] 18-24 ปี
 [] 25-31 ปี [] 32-38 ปี
 [] 39-45 ปี [] มากกว่า 45 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษา

[] ม.6 หรือต่ำกว่า [] อนุปริญญา (ปวส.)
 [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

[] นักเรียน / นักศึกษา [] ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว
 [] อื่นๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ / เดือน

[] ต่ำกว่า 15,000 บาท [] 15,001 - 20,000 บาท
 [] 20,001 - 30,000 บาท [] มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็น

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

2.1 สิ่งใดเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อเลือกบริโภคอาหารอีสานตามรถขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่

ลำดับที่	รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ความสะอาด					
2	การจัดวางและแสดงวัตถุดิบในตู้รถ					
3	ป้ายหน้าร้าน					
4	ความหลากหลายของเมนูอาหารอีสาน					
5	ได้ดูการทำอาหารอีสานแบบใกล้ชิด					
6	รูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่					

2.2 ความคิดเห็นที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน

ลำดับ ที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน						
1	มีภาพลักษณ์ที่ดีแสดงออกถึงภาพลักษณ์อาหารอีสาน					
2	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อการวางในพื้นที่จำหน่าย					
3	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้จำหน่าย					
4	มีภาพลักษณ์ที่ดีสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค					
5	มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะ					
2.มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม						
1	มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสวยงาม					
2	มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับวัสดุที่เหมาะสม					
3	มีการจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์ประกอบอาหารให้กับผู้จำหน่ายที่เหมาะสม					
4	มีองค์ประกอบการใช้สีสันทที่สวยงาม					
5	มีองค์ประกอบในการออกแบบที่เหมาะสมสวยงาม					
3.สอดคล้องกับเป้าหมาย						
1	สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบ					
2	สอดคล้องกับการใช้งานอย่างชัดเจน					
3	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย					
4	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดวางอุปกรณ์ประกอบอาหาร					
5	สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค					
6	สอดคล้องกับน้ำหนักและการเคลื่อนย้าย					
7	สอดคล้องต่อการดูแลรักษา					
4.มีความสะดุดตาเป็นเอกลักษณ์						
1	มีรูปแบบสวยงามโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภค					
2	มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนจากการมองระยะไกล					
3	มีเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นอีสาน					
4	มีเอกลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย					
5	สร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไป					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจ

เรื่อง การพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

- 1.แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามข้อมูลจากผู้จำหน่ายและผู้บริโภค อาหารอีสานในรูปแบบที่เป็นรถเคลื่อนที่
- 2.แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการประเมินความพึงพอใจ ในรูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
- 3.โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
- 4.กรุณาพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ พร้อมทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ระดับที่ 1	เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด
ระดับที่ 2	เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมน้อย
ระดับที่ 3	เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมปานกลาง
ระดับที่ 4	เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมมาก
ระดับที่ 5	เมื่อมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมมากที่สุด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2** แบบสอบถามความพึงพอใจในรูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
- ส่วนที่ 3** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

นายสัญญา สีสะอาด

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.2 เพศ

[] ชาย [] หญิง

1.2อายุ

[] น้อยกว่า 18 ปี [] 18-24 ปี
 [] 25-31 ปี [] 32-38 ปี
 [] 39-45 ปี [] มากกว่า 45 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษา

[] ม.6 หรือต่ำกว่า [] อนุปริญญา (ปวส.)
 [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

[] นักเรียน / นักศึกษา [] ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว
 [] อื่นๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ / เดือน

[] ต่ำกว่า 15,000 บาท [] 15,001 - 20,000 บาท
 [] 20,001 - 30,000 บาท [] มากกว่า 30,000 บาท

ภาพแสดงรูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ที่พัฒนาโดยผู้วิจัย



ข้อมูลวัสดุ

วัสดุปิดผิวโดยรอบตัวรถ ช่องไต่รถเข็น และประตูต่างๆใช้วัสดุแผ่นอลูมิเนียม คอมโพสิต

แผ่นบังร่มทำจากอลูมิเนียม

ป้ายร้านทำจากแผ่นPVC

ช่องไต่หลังคาใช้วัสดุ อลูมิเนียม

ช่องวางอลูมิเนียม

ส่วนมือจับใช้สแตนเลส

ชุดราวกันตกทำจากอลูมิเนียม

วัสดุผิวโต๊ะทำด้วยสแตนเลส ทำความสะอาดได้ง่ายและรวดเร็ว ทนต่อแรงกดกรอนกรต-ดาง

ช่องเก็บของสด ทำจากอลูมิเนียม

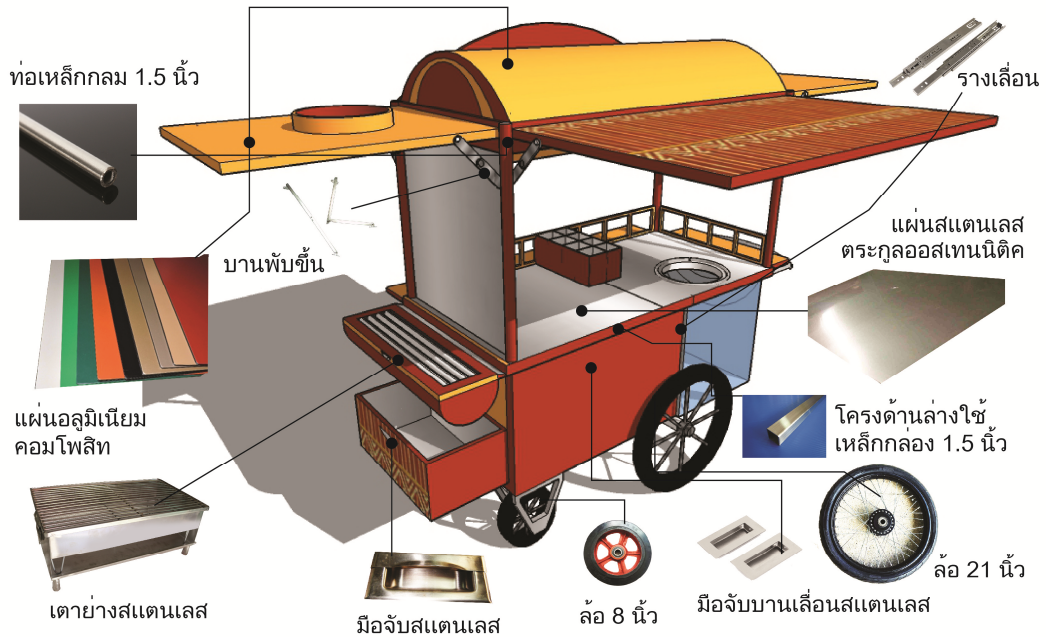
มีก้านข้างใช้วัสดุอลูมิเนียม แข็งแรงและเบา

ล้อหน้าขนาด 8 นิ้ว จำนวนสองล้อ ใช้วัสดุเป็นยาง เพราะทนต่อแรงกระแทก และมีอายุการใช้งานนาน

โครงสร้างทำด้วยเหล็ก มีความแข็งแรงทนทาน ทำให้มีอายุการใช้งานนาน

ล้อหลังขนาด 21 นิ้ว (รวมยาง) จำนวนสองล้อเป็น ยางสามารถเติมลมได้เพราะทนต่อแรงกระแทก

ข้อมูลชิ้นส่วนมาตรฐาน



ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็น

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน						
1	มีภาพลักษณ์ที่ดีแสดงออกถึงภาพลักษณ์อาหารอีสาน					
2	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อการวางในพื้นที่จำหน่าย					
3	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้จำหน่าย					
4	มีภาพลักษณ์ที่ดีสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค					
5	มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะ					
2.มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม						
1	มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสวยงาม					
2	มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับวัสดุที่เหมาะสม					
3	มีการจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์ประกอบอาหารให้กับผู้จำหน่ายที่เหมาะสม					
4	มีองค์ประกอบการใช้สีสันทที่สวยงาม					
5	มีองค์ประกอบในการออกแบบที่เหมาะสมสวยงาม					

3.สอดคล้องกับเป้าหมาย						
1	สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบ					
2	สอดคล้องกับการใช้งานอย่างชัดเจน					
3	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย					
4	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดวางอุปกรณ์ประกอบอาหาร					
5	สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค					
6	สอดคล้องกับน้ำหนักและการเคลื่อนย้าย					
7	สอดคล้องต่อการดูแลรักษา					
4.มีความสอดคล้องเป็นเอกลักษณ์						
1	มีรูปแบบสวยงามโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภค					
2	มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนจากการมองระยะไกล					
3	มีเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นอีสาน					
4	มีเอกลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย					
5	สร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไป					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

- ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการสละเวลาตอบแบบสอบถามของท่าน -

ภาคผนวก ค

การบันทึกแบบสังเกตของผู้วิจัย


ภาพรถขายอาหารอีสาน เคลื่อนที่	ชนิดและอุปกรณ์	สภาพที่พบ
 	<p>รูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในเขตประเวศนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการจอดขายเฉพาะจุด ลักษณะของรถขายอาหารจะเป็นแบบรถเข็น จะมีรถขายอาหารอีสานที่เชื่อมติดกับมอเตอร์ไซค์อยู่บ้างแต่เป็นส่วนน้อยโดยการขายลักษณะนี้จะจอดขายอยู่ริมถนน</p>	<p>ด้านวัสดุอุปกรณ์ ขึ้นโครงสร้างด้วยโลหะ หลังคาเป็นโลหะแผ่นประเภทสังกะสีหรืออะลูมิเนียม เป็นรถเข็นที่มีล้อใหญ่ ซ้ายขวา และล้อเล็กด้านหน้า</p> <p>ด้านประโยชน์ใช้สอย ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบรถเข็น เมื่อถึงจุดขายจะทำการจอดเพื่อจำหน่าย การจัดวางอุปกรณ์และวัตถุดิบมีการแบ่งสัดส่วนเป็นระเบียบเรียบร้อย แบ่งลักษณะการใช้งานได้ค่อนข้างชัดเจน</p> <p>ด้านความแข็งแรง โครงสร้างเป็นโลหะที่สามารถทนทานน้ำและความชื้นที่อาจจะก่อให้เกิดการเป็นสนิมได้</p> <p>ด้านกรรมวิธีการผลิต เชื่อมติดโลหะขึ้นเป็น</p>

		<p>โครง บางรูปแบบ เป็นการขึ้นรูปตาม แบบในระบบการ ผลิตทาง อุตสาหกรรม</p>
--	--	---

ภาพรถขายอาหารอีสาน เคลื่อนที่	ชนิดและอุปกรณ์	สภาพที่พบ
		<p>ด้านความปลอดภัย ปลอดภัยในด้านโครงสร้างและด้าน การจัดจำหน่ายคือ มีที่กันแดดกันฝน มีแสงสว่างเพียงพอต่อการจัดจำหน่าย ยามค่ำคืน จุดที่ดูไม่ปลอดภัยหรือขาด ความน่าเชื่อถือคือ จุดที่ทิ้งขยะ</p> <p>ด้านความสวยงามน่าใช้ เป็นรูปแบบที่มีความเป็นพื้นฐานด้วย โครงสร้างที่เป็นโลหะ อาจจะมีการ ตกแต่งด้วยการทำสี ติดป้าย เมนูอาหารเพื่อการดึงดูดใจของ ผู้บริโภค และติดไฟส่องสว่าง เพื่อ สร้างความชัดเจนต่อผู้ซื้อและผู้ จำหน่าย แต่ยังคงขาดการจัด องค์ประกอบด้านความงาม และการ</p>

		<p>สร้างภาพลักษณ์เฉพาะตัว</p> <p>ด้านการบำรุงรักษา</p> <p>ขึ้นส่วนแต่ละชิ้นในตัวรถสามารถถอดประกอบได้ มีการแบ่งส่วนการทำงานอย่างชัดเจน ส่วนอุปกรณ์ที่เข้าร่วมในการประกอบอาหารก็สามารถยกเคลื่อนย้ายเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางหรือนำออกไปทำความสะอาดได้</p> <p>ด้านการขนส่ง</p> <p>เคลื่อนที่ด้วยการเข็นจากแรงมนุษย์ โดยที่ตัวรถจะมีล้อใหญ่ช่วยขวา และล้อเล็กด้านหน้า เป็นตัวกำหนดทิศทางแต่จะมีปัญหาในด้านการรับน้ำหนักของสิ่งของที่นำมาจำหน่ายบนรถ</p>
--	--	--


ภาพรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่	ชนิดและอุปกรณ์	สภาพที่พบ
	<p>รูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในเขตลาดกระบังนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการขายเฉพาะจุด และลักษณะการขายแบบตระเวน คือจะมีทั้งแบบรถขายอาหารอีสานที่เชื่อมติด</p>	<p>ด้านวัสดุอุปกรณ์</p> <p>มีรูปแบบที่ขึ้นโครงสร้างด้วยโลหะ หลังคาส่วนใหญ่เป็นลักษณะผ้าใบ</p> <p>ด้านประโยชน์ใช้สอย</p> <p>มีการเพิ่มเติมส่วนของการพับเก็บต่างๆ เช่นการพับเก็บส่วนของหลังคาเพิ่มเติมจากตัวรถเข็นเพื่อสร้างพื้นที่ร่มเงาให้กับผู้ซื้อ เป็นรถเข็นที่มีล้อใหญ่ช่วยขวา และล้อเล็กด้านหน้า เป็นตัวกำหนดทิศทาง และมีบางรูปแบบเป็นการเชื่อมติดกับมอเตอร์ไซค์แล้วไปตระเวนขาย ในส่วนของการจัดวางอุปกรณ์ยังไม่เป็นระเบียบ มีการวางกระจายเต็มพื้นที่ และไม่มีแบ่งส่วนการใช้งานที่ชัดเจน</p>

 	<p>กับมอเตอร์ไซค์ และเป็นแบบ ลักษณะของ รถเข็น ลักษณะ ที่พบเห็นมาก จะเป็นหลังคา ผ้าใบ</p>	<p>ด้านความแข็งแรง มีความแข็งแรงเนื่องจากมีโครงสร้างเป็น โลหะที่สามารถทนทานน้ำและความชื้นมี การออกแบบจุดเชื่อมติดกับมอเตอร์ไซค์ได้ อย่างหนาแน่นเพื่อการเคลื่อนที่ไปยังที่ ต่างๆได้อย่างคล่องตัว</p> <p>ด้านกรรมวิธีการผลิต เชื่อมติดโลหะขึ้นเป็นโครง บางรูปแบบ เป็นการขึ้นรูปตามแบบในระบบการผลิต ทางอุตสาหกรรม เมื่อขึ้นโครงเรียบร้อยแล้ว ก็ทำการติดตั้งผ้าใบบนส่วนของหลังคามีการ ออกแบบให้มีส่วนพับเก็บต่างๆโดยใช้ รูปแบบของบานพับในการผลิต</p> <p>ด้านความปลอดภัย ความปลอดภัยในด้านโครงสร้างและด้าน การจัดจำหน่ายคือ มีที่กันแดดกันฝน มี แสงสว่างเพียงพอต่อการจัดจำหน่ายยาม ค่ำคืน จุดที่ดูไม่ปลอดภัยคือ ตำแหน่งใน การวางถังแก๊ส</p> <p>ด้านความสวยงามน่าใช้ รูปแบบส่วนใหญ่ที่เป็นหลังคาผ้าใบ ทำให้ มีสีสันทัน และสร้างความโดดเด่นและจุด จุดจำให้กับผู้ซื้อได้ ป้ายเมนูมีการใส่ กราฟิกรูปภาพประกอบ เพื่อเพิ่มความ สนใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค</p> <p>ด้านการบำรุงรักษา ชิ้นส่วนแต่ละชิ้นในตัวรถสามารถถอด ประกอบได้ มีการแบ่งส่วนการทำงาน อย่างชัดเจน ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมในการ ประกอบอาหารก็สามารถยกเคลื่อนย้าย เปลี่ยนรูปแบบการจัดวางหรือนำออกไป ทำความสะอาดได้</p>
---	--	---

		<p>ด้านการขนส่ง</p> <p>เคลื่อนที่ด้วยการเข็น โดยที่ตัวรถจะมีล้อใหญ่ซ้ายขวา และล้อเล็กด้านหน้า เป็นตัวกำหนดทิศทางแต่จะมีปัญหาในด้านการรับน้ำหนักของสิ่งของที่นำมาจำหน่ายบนรถ แต่ในรูปแบบที่เป็นการเชื่อมติดกับรถมอเตอร์ไซค์นั้นจะไม่มีปัญหาในเรื่องน้ำหนัก ด้วยแรงกำลังขับของเครื่องยนต์ทำให้เกิดการเคลื่อนที่ได้ดีกว่าการเข็น</p>
--	--	--

ภาพรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่	ชนิดและอุปกรณ์	สภาพที่พบ
	<p>รูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในเขตมีนบุรีนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการขายแบบตระเวน คือจะมีการเชื่อมติดกับมอเตอร์ไซค์ ในบางร้านมีการพกพาหม้อเพื่อใช้ในการให้ร่มเงาแก่ผู้ซื้อในขณะเวลาที่</p>	<p>ด้านวัสดุอุปกรณ์</p> <p>มีรูปแบบที่ขึ้นโครงสร้างด้วยโลหะ หลังคาเป็นโลหะแผ่นประเภทสังกะสีหรืออะลูมิเนียม บางร้านเป็นหลังคาผ้าใบ มีการเชื่อมติดกับรถมอเตอร์ไซค์ ในส่วนของตัวพ่วงที่ใช้ประกอบอาหารจะติดล้อเพียงหนึ่งล้อพร้อมติดโซ่คอป</p> <p>ด้านประโยชน์ใช้สอย</p> <p>มีการใช้งานได้อย่างเต็มพื้นที่ บางร้านสิ่งของอาจล้นออกมาจนต้องนำมาแขวนไว้ที่รถมอเตอร์ไซค์ด้วยเหตุที่ว่าตัวพ่วงที่มีโครงสร้างเป็นโลหะนั้นเชื่อมติดกับรถมอเตอร์ไซค์เพื่อใช้ในการเคลื่อนที่ จึงต้องคำนึงถึงน้ำหนักของโลหะ รูปแบบของโครงสร้างจึงถูกออกแบบให้มีพื้นที่ไม่</p>

	<p>รอรับอาหาร บางร้านก็พกพา อุปกรณ์ไว้ สำหรับให้ผู้ใช้ นั่งทานใน บริเวณนั้นได้ เลย เช่น โต๊ะ พับ เก้าอี้พับ เป็นต้น</p>	<p>มากนักเพื่อลดในเรื่องของการใช้น้ำหนัก มากเกินไป ซึ่งส่งผลให้การจัดวางสิ่งของ อุปกรณ์และวัตถุดิบ มีพื้นที่ในการจัดวาง น้อยลง</p> <p>ด้านความแข็งแรง มีรูปแบบที่เชื่อมติดกับรถมอเตอร์ไซด์ ค่อนข้างมีความแข็งแรงมาก แต่ก็เกิด การใช้งานที่หนักมาก ด้วยความที่ เคลื่อนที่ง่ายไปได้เร็ว และใช้ความแรง จึงเกิดการใช้งานบ่อยเคลื่อนที่บ่อย เกิด แรงสั่นสะเทือนมากกว่ารถขายอาหาร อีสานแบบเข็น</p>
--	---	---

ภาพรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่	ชนิดและ อุปกรณ์	สภาพที่พบ
		<p>ด้านกรรมวิธีการผลิต เชื่อมติดโลหะขึ้นเป็นโครง ขึ้นรูปตาม แบบในระบบการผลิตทางอุตสาหกรรม</p> <p>ด้านความปลอดภัย รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ที่เป็นแบบ เชื่อมติดกับรถมอเตอร์ไซด์ เมื่อเกิดการเคลื่อนที่ ที่รวดเร็วย่อมเกิด การกระทบกระเทือนกับสิ่งของและ อุปกรณ์</p> <p>ด้านความสวยงามน่าใช้ รูปแบบของโครงเหล็กมีความซับซ้อน น้อยลง เพราะต้องนำส่วนของการ ประกอบอาหารนี้เชื่อมติดกับรถ มอเตอร์ไซด์ จึงต้องคำนึงถึงน้ำหนัก</p>

	<p>รูปแบบของโครงสร้างจึงถูกลดทอนลง มีความเรียบง่ายขึ้น เปิดโล่งมากขึ้นหลังคาทั้งผ้าใบและหลังคาโลหะ แต่รูปแบบหลังคาจะมีมากขึ้น ทั้งแบบโค้ง แบบเหลี่ยม และแบบทรงจั่วโค้ง</p> <p>ด้านการบำรุงรักษา ชิ้นส่วนแต่ละชิ้นในตัวรถสามารถถอดประกอบได้ มีการแบ่งส่วนการทำงานอย่างชัดเจน ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมในการประกอบอาหารก็สามารถยกเคลื่อนย้ายเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางหรือนำออกไปทำความสะอาดได้</p> <p>ด้านการขนส่ง ต้องคำนึงในเรื่องของระบบการเชื่อมต่อติดการใช้ล้อ และระบบใช้ค้ำพ</p>
--	---

ภาคผนวก ง

การบันทึกแบบสัมภาษณ์ของผู้วิจัย

(1) เขตลาดกระบัง

1.1 ร้านป่าสมนึก จังสัมฤทธิ์



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ร้านตั้งอยู่บนทางเท้า ด้านหน้าธนาคารกรุงเทพ ซอย

อายุร้าน : 6 ปี

เวลาทำการขาย : 8 โมงเช้า – 4 โมงเย็น

ราคาารถ : 3,500 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ป่าสมนึกเป็นชาวจังหวัดนครสวรรค์ เข้าบ้านอยู่ในซอยข้างๆที่ทำการขาย ทุกๆวัน จะเตรียมวัตถุดิบมาจากบ้าน โดยนั่งมอเตอร์ไซด์รับจ้างไปจ่ายตลาดตั้งแต่เวลาตีสาม อาหารประเภท อย่างจะทำมาจากบ้าน ผักและของสดต่างๆจะล้างทำความสะอาดมาจากที่บ้านเช่นกัน เมื่อจัดเตรียม วัตถุดิบทุกอย่างเรียบร้อยแล้วก็จะเข็นออกมาขาย โดยจะมีรถเข็นของอีกหนึ่งคันที่จะช่วยขนของและ วัตถุดิบที่ทำการขายออกมา โดยมีสามีเป็นผู้ช่วยเข็นและขนของออกมา ณ จุดขาย ร้านป่าสมนึก จะมี แก้วอี้ สำหรับให้ลูกค้าพักคอย และมีชุดโต๊ะแก้วอี้เตรียมไว้ 1 ชุด สำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์จะ

รับประทานที่ร้าน โดยอุปกรณ์โต๊ะเก้าอี้นี้จะบรรทุกมากับรถเข็นของอีกคัน รถเข็นที่ทำการขายเอง และต่อเติมกันسادกันแดดกันฝนอาหารอีสานตอนที่ซื้อมาเป็นรถเปล่า ต้องซื้อตู้กับข้าวเอง โดยที่ร้านป่าสมนึกจะมีร่มกางใหญ่ ซึ่งก็จะชนมากับรถเข็นของอีกคัน ป่าสมนึกบอกว่าลูกค้าที่นี้ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำซึ่งเป็นพนักงานบริษัท พนักงานโรงงานและผู้ที่ทำงานในธนาคาร ชำระค่าเช่าที่ให้กับเทศกิจเป็นรายเดือนโดยต้องไปชำระค่าเช่าที่สำนักงานเขต ในการตั้งร้านค้าบนทางเท้า นั้นจะต้องตั้งไม่เกินแนวเสาไฟฟ้า เพื่อให้มีที่ว่างสำหรับคนสัญจรไปมา

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- การลดทอนภาระในการขนส่ง
- ตำแหน่งในการวางครกและผักสด ให้มีความสะดวกมากขึ้น
- จุดพักภาชนะที่ใช้แล้ว ระหว่างการขาย

1.2 ร้านคุณบรรหาร หงสา



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ร้านตั้งอยู่ข้างร้านสะดวกซื้อ seven-eleven ปากซอย
จินดา

อายุร้าน : 9 ปี

เวลาทำการขาย : 10 โมงเช้า – 4 ทุ่ม

ราคาารถ : 3,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณบรรหารเป็นคนจังหวัดยโสธร มีบ้านพักอยู่ภายในซอยจินดา เริ่มมาทำกิจการรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่โดยการไปซื้อรถเปล่ามาจากร้าน แล้วซื้ออุปกรณ์ ตู้ ภาชนะต่างๆ และต่อเติมส่วนของมันสาดกันแดดกันฝนเพิ่มเติม ทุกๆวันจะเตรียมวัตถุดิบมาจากที่พัก และเข็นรถพร้อมขนอุปกรณ์มาอีกกับรถเข็นอีกคันหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เป็นรถเข็นบรรทุกของ ซึ่งในการเข็นรถมาขายของคุณบรรหารบอกว่าไม่มีปัญหาในด้านน้ำหนัก ร้านคุณบรรหารจะมีลูกน้องหนึ่งคนเป็นผู้ประกอบอาหาร และมีการใช้ที่ซึ่งในการตวงวัตถุดิบให้ได้ตามสัดส่วนที่ต้องการ คุณบรรหารเล่าว่ารถเข็นที่มีทั่วไปจะมีส่วนที่ออกแบบให้วางถังแก๊สหุงต้ม แต่ทำเอาไว้ด้านหน้าของรถเข็น เมื่อเข็นจะทำให้ถ่วงน้ำหนักตรงส่วนด้านหน้ามาก จึงต้องนำถังแก๊สมาใส่ไว้ตรงที่เก็บของใต้ท้องรถ และเมื่อมาถึงที่ประกอบการขายก็วางถังแก๊สไว้กับพื้นถนน ส่วนของสาดผักเนื้อต่างๆจะเก็บไว้ในถังน้ำแข็ง ร้านของคุณบรรหารจะมีเมนูอย่างดัวและทำการย่างที่รถเข็นเลยโดยต่อเติมส่วนประกอบอาหารเกี่ยวกับย่างนี้ออกมาจากตัวรถเข็นอีกที ที่ร้านจะมีการทำความสะอาดโดยน้ำเปล่าแต่จะแยกภาชนะในการทำอาหารประเภทต่างๆไว้แล้วล้างน้ำเปล่าเมื่อใช้เสร็จ พอถึงคิวลูกค้ารายใหม่ที่สั่งเมนูเดียวกันก็นำมาประกอบอาหารชนิดนั้นได้เลย ไม่ต้องล้างด้วยน้ำยาล้างจาน บริเวณซอยจินดานี้จะได้ลูกค้าที่เป็นนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- อยากรู้ให้กันสาดกันแดดกันฝนสามารถพับเก็บได้
- เพิ่มพื้นที่การประกอบอาหารให้กว้างขึ้น
- ป้ายร้านทุกวันนี้อายุแพง อยากรู้ได้ในราคาถูกและคงทนถาวร วัสดุสาดกแต่เมื่อเจอสภาพอากาศแล้วสีซีด
- ปรับปรุงที่วางถังแก๊สให้เหมาะสม
- พื้นที่ใต้หลังครรถเข็นอยากให้มีส่วนที่วางพักหม้อ
- ตู้เก็บของด้านล่างรถอยากให้มีการแบ่งช่องแบ่งส่วนให้ชัดเจน ไม่ใช่เป็นช่องโล่งๆเหมือนปัจจุบัน จะได้เก็บของได้อย่างเป็นระเบียบและไม่กระจัดกระจายเวลาเคลื่อนที่

1.3 ร้านคุณอุ้มอิม

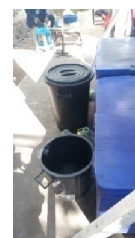


ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ร้านตั้งอยู่หน้าร้านสะดวกซื้อ seven-eleven ตรงกลาง
ระหว่างซอยทิพย์วารี กับซอยที่ดินเก่า ฝั่งตรงข้ามกับสวน
พระนคร เขตลาดกระบัง

อายุร้าน : 3 ปี

เวลาทำการขาย : 9 โมงเช้า – 3 ทุ่ม

ราคาารถ : 8,800 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณอุ้มอิมเริ่มทำการขายอาหารอีสานแบบรถเข็นนี้โดยการไปซื้อรถขายอาหารอีสานแบบสำเร็จรูปมา และมีการตกแต่งต่อเติมในส่วนของผ้าใบกันสาด ซึ่งไม่มีการทำส่วนนี้ให้มาตอนแรก ผ้าใบกันสาดร้านที่อุ้มอิมเป็นแบบหนาและมีขนาดใหญ่สามารถที่จะพับและคลุมปิดร้านได้แล้วใช้เชือกมัดให้แน่นก็จะเป็นการปิดร้านที่รัดกุม ส่วนรถเข็นนั้นที่อุ้มอิมจอดไว้ ณ จุดขายเลยโดยการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ร้านที่อุ้มอิม เช่าที่จากเจ้าของที่โดยตรง จะมีพื้นที่เยอะในการวางจัดจำหน่าย หลังจากทำการขายต้องทำความสะอาดบริเวณให้สะอาดเรียบร้อยวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารที่อุ้มอิมใช้รถส่วนตัวไปจ่ายตลาดในตอนเช้า ภาชนะและอุปกรณ์การขายเก็บไว้ใต้ท้องรถเข็นทั้งหมด ของสดจะเก็บไว้ในถังน้ำแข็งซึ่งจะวางไว้ที่ด้านหลังร้าน มีการล้างทำความสะอาดตลอด เพราะจะมีพื้นที่ของเจ้าของที่ที่ใช้ในการล้างภาชนะและอุปกรณ์ได้

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- ไฟส่องสว่างที่ใช้ในการขายเวลากลางคืน อยากรู้ให้มีความสว่างในการประกอบอาหาร และมีความโดดเด่นดึงดูดลูกค้าด้วย
- แก้ปัญหาตำแหน่งการวางถังแก๊สและเตาแก๊ส
- ปรับตำแหน่งการติดตั้งป้ายไวนิลร้านให้เหมาะสมกว่านี้

1.4 ร้านคุณสรารุท กานต์โกศล



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ร้านตั้งอยู่หน้าร้านสะดวกซื้อ seven-eleven ตรงซอยสุข
 สมาน เลย์แยกสุวรรณภูมิ เขตลาดกระบัง

อายุร้าน : 8 ปี

เวลาทำการขาย : เที่ยง – 3 ทุ่ม

ราคาารถ : 10,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณสรารุท ดำเนินการขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่โดยใช้แบบพ่วงข้างกับมอเตอร์ไซค์ เป็นกิจการของครอบครัว คุณสรารุทจะเป็นผู้ขับและจัดเตรียมวัตถุดิบอุปกรณ์ในการขาย

โดยมีคุณแม่และภรรยา เป็นผู้ประกอบอาหาร โดยจะขับมาจากบ้านเตรียมของสดให้พร้อมทุกอย่าง มาจากบ้าน ภาชนะและอุปกรณ์เก็บไว้ในช่องเก็บของด้านล่าง และมาจอดประจำ ณ จุดที่ขาย ไม่ใช่รูปแบบตระเวนขาย จุดที่เป็นส่วนเชื่อมติดจะเป็นบริเวณเบาะกับช่องว่างข้างๆเกียร์มอเตอร์ไซค์ ที่ร้านจะขายเมนูอย่างด้วยโดยจะต่อเติมส่วนในการบั้งย่างออกมา คุณสรารุช บอกว่า การขายในรูปแบบ พวงข้างกับมอเตอร์ไซค์นี้จะต่อเติมตกแต่งส่วนต่างๆมากไม่ได้เพราะจะมีผลต่อแรงในการขับเคลื่อนของมอเตอร์ไซค์ และการต่อเติมก็ต้องเพิ่มการลงทุน เวลาขับขี่ก็จะมีอาการคลุ้มผ่นพลาสติกป้องกันฝุ่นละอองระหว่างการเดินทาง เมื่อมาถึง ณ จุดขายก็นำแผ่นพลาสติกที่คลุมออกแล้วทำการขายปกติ เวลาล้างภาชนะใช้น้ำเปล่าในการล้าง แต่จะแยกภาชนะในการทำอาหารประเภทต่างๆไว้แล้วล้างน้ำเปล่าเมื่อใช้เสร็จ พอถึงคิวลูกค้ารายใหม่ที่สั่งเมนูเดียวกันก็นำมาประกอบอาหารชนิดนั้นได้เลย ไม่ต้องล้างด้วยน้ำยาล้างจาน

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- วัสดุเหล็กที่ต่อเติมส่วนหลังคา ต้องคอยเชื่อมตลอดเพราะมักจะเกิดสนิมอยู่บ่อยๆ
- อยากให้เพิ่มกันสาดผ้าใบ ยึดทางได้กันแดดกันฝน
- ปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บวัตถุดิบที่เป็นถุงแขวนให้เป็นก๊อจะลักษณะมากขึ้น

1.5 ร้านคุณพิศมัย ศรีเมือง



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ร้านตั้งอยู่หน้าปากซอยหอรราชพฤกษ์ ซอยก่อนถึงซอย)

(จินดาเขต ลาดกระบัง

อายุร้าน : 5 ปี

เวลาทำการขาย : 5 โมงเย็น – ตี 1

ราคาารถ : 4,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณพิสมัย หรือนักศึกษา บริเวณนั้นเรียกกันว่าร้านป่าแดง เป็นร้านขายอาหารอีสาน เคลื่อนที่แบบเข็น เป็นกิจการของครอบครัว พ่อแม่ลูก ซึ่งจะเข็นกันมาจากบ้าน จากการสอบถามและสัมภาษณ์คุณพิสมัยบอกว่าเหตุที่เลือกวิธีการขายเป็นแบบรถเข็นนี้เพราะใช้ต้นทุนต่ำ ทุกๆคนที่เปิดร้านแบบนี้ต่างก็อยากมีร้านที่ถาวร แต่ด้วยต้นทุนที่ต่ำและรายได้ที่ได้มาจะต้องหมุนเวียนกับการใช้จ่ายวัตถุดิบ เลยคิดว่าขายแบบรถเข็นนี้ลงทุนน้อยกว่า การขนย้ายภาชนะและวัตถุดิบจะใช้รถยนต์ ส่วนตัวขอความช่วยเหลือของสดีใส่กล่องน้ำแข็งมาจากบ้าน และจะมาช่วยกันขายด้วยกันทั้งครอบครัว เพราะว่าถ้าช่วยกันทำอะไร ลักษณะการจัดร้านจะมีชุดโต๊ะอีกตัวตั้งแยกไว้สำหรับวางเครื่องปรุงและส่วนของการตำส้มตำ ร้านของคุณพิสมัยไม่มีเมนูเพราะบริเวณนั้นเจ้าของที่ไม่อยากให้เกิดควันเยอะ การใช้ไฟฟ้าไฟส่องสว่างต้องมีเพราะร้านเปิดช่วงเย็นถึงตีหนึ่ง ใช้ไฟจากเจ้าของที่เสียเงินค่าเช่าที่กับเจ้าของที่แต่ต้องไม่วางอุปกรณ์การขายเกินแนวเสาไฟฟ้า เพราะอยู่บริเวณปากทางแยกมีรถยนต์เข้าออกและทางเท้าไว้ให้คนสัญจรไปมา การล้างผักล้างจานเจ้าของที่มีจุดให้ล้างส่วนภาชนะประกอบอาหารล้างบริเวณร้าน ใช้น้ำเปล่าในการล้าง แต่จะแยกภาชนะในการทำอาหารประเภทต่างๆไว้แล้ว ล้างน้ำเปล่าเมื่อใช้เสร็จ พอถึงคิวลูกค้ารายใหม่ที่สั่งเมนูเดียวกันก็นำมาประกอบอาหารชนิดนั้นได้เลย ไม่ต้องล้างด้วยน้ำยาล้างจาน ที่ร้านจะมีผ้าใบพอกันแดดกันฝนได้เล็กน้อยแต่ไม่ครอบคลุมบริเวณร้าน และการใช้งานทั้งหมดโดยจะเป็นผ้าใบแบบม้วนมีติดที่ด้านหลังและด้านข้างของตัวรถเข็น ส่วนเรื่องน้ำหนักในการขนย้ายนั้นคุณพิสมัยบอกไม่มีปัญหา สิ่งของต่างๆก็นำมาเก็บไว้ในช่องใต้รถเข็น

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- อยากให้แก้ปัญหาเรื่องของกันสาดกันฝน
- พื้นที่ในการประกอบอาหารและจัดเตรียมอาหารอยากให้มีพื้นที่กว้างขึ้นหรือเป็นสัดเป็นส่วนขึ้น
- ต้องการปรับตำแหน่งการวางเครื่องปรุงและการตำส้มตำ
- จุดติดตั้งป้ายหน้าร้านให้ไม่บังผู้ขายและไม่ไปล้ำส่วนของล้อแบบเดิม

(2) เขตประเวศ

2.1 ร้านคุณสัน พรสวรรค์จิ้มจุ่ม



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ร้านตั้งอยู่หน้าร้านขายวัสดุก่อสร้างเพียรศิริ ฝั่งตรงข้าม
ตลาดน้ำชัย เขตประเวศ

อายุร้าน : 10 ปี

เวลาทำการขาย : 5 โมงเย็น – 5 ทุ่มครึ่ง

ราคาารถ : 6,000 บาทรวมราคาต่อเติม



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณสัน พักอาศัยอยู่ที่บ้าน ซึ่งอยู่ตรงซอยข้างๆร้าน คุณสันจะเข็นรถออกมาจากบ้าน จัดเตรียมวัตถุดิบ ของสด ภาชนะอุปกรณ์ต่างๆมาจากบ้านโดยจะเริ่มจัดของที่บ้านเวลา บ่ายสามโมง แล้วจึงเข็นรถออกมาขายในเวลาห้าโมงเย็น คุณสันเล่าแต่เดิมเป็นลูกน้องของร้านนี้ เจ้าของเดิมเข็นรถ ต่อให้ทำกิจการต่อ ลูกค้าที่มามากจะสั่งจิ้มจุ่มและเมนูจำพวกย่างเป็นประจำ เพราะมีทั้ง หมูย่าง ไก่ย่าง เนื้อย่าง ปลาตุ๋นย่าง ไส้ย่าง ในการทำเมนูอย่างนี้พี่สันจะกางโต๊ะอีกชุดเพื่อวางวัตถุดิบที่เตรียมย่าง และวางของที่ย่างแล้ว ซึ่งในการทำเมนูอย่างนี้จะทำอีกจุดหนึ่งของร้านเวลาเก็บร้านนั้นโต๊ะเก้าอี้จะพับเก็บ หลังร้านของเจ้าของที่ เนื่องจากร้านต้องขายเวลากลางคืนก็จะมีการใช้ไฟฟ้าแต่ก็จะใช้ไฟฟ้าจาก เจ้าของที่นั่นเอง และจะมีจุดที่เจ้าของที่เตรียมไว้ให้สำหรับทำความสะอาดล้างภาชนะอีกด้วย การตั้งร้านจะตั้งข้างๆร้านก๋วยเตี๋ยวก็จะแบ่งพื้นที่กัน จะมีพื้นที่มากเมื่อมองโดยรวม แต่หน้าร้านจะไม่เกิน

แนวเสาไฟฟ้าเพราะจะเป็นทางเดิน ที่ร้านจะมีคนช่วย การทำความสะอาดจะขัดทำความสะอาด
ลงน้ำยาวนานครั้งส่วนใหญ่จะเช็ดด้วยน้ำเปล่า พี่สันจะเตรียมร่มใหญ่มากกางกันฝนในหน้าฝน เพราะ
เปิดร้านตอนเย็นจะไม่มีปัญหาเรื่องแดด ส่วนบริเวณโต๊ะที่นั่งรับประทานของลูกค้าหากเกิด
สถานการณ์ฝนตกก็จะยกย้ายไปได้หลังคาของบ้านเจ้าของที่ก็จะกันฝนได้สำหรับลูกค้า ผักที่ขอยหรือ
เตรียมไว้แล้วพี่สันจะนำมาใส่ในที่วางซ้อนส้มเป็นการตัดแปลงการใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- การทำกันสาดกันฝนที่ตัวรถแบบพับกางได้จะได้ไม่ต้องขนร่มใหญ่มา
- อยากปรับปรุงวัสดุพื้นที่ใช้ประกอบอาหารให้สะอาดและคงทนมากขึ้น
- จุดตั้งหม้อจิ้มจุ่มในตัวรถ เพื่อให้ลูกค้าทราบว่ามีเมนูจิ้มจุ่มด้วย
- ป้ายหน้าร้านที่สวยงาม

2.2 ร้านคุณสาคร บุญปก



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : สุขุมวิท 77เขตประเวศ

อายุร้าน : 2 ปี

เวลาทำการขาย : 4 โมงเย็น – 5 ทุ่ม

ราคาารถ : 2,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณสาคร บุญปก พักอาศัยอยู่ที่บ้าน คุณสาครจะขับรถกระบะขนของวัตถุดิบ อุปกรณ์ภาชนะต่างๆที่ใช้ในการขายออกมาจากบ้าน จัดเตรียมวัตถุดิบ ของสด ภาชนะอุปกรณ์ต่างๆที่รถเข็นตรงจุดที่ทำการขายเริ่มเวลา สี่โมงเย็น ถึง ห้าทุ่ม หยุดวันจันทร์ ร้านของคุณสาครเสียค่าเช่าที่ทำการขายกับทางเทศบาลเป็นรายเดือน คุณสาครเป็นคนจังหวัดยโสธร ซื้อรถเข็นมือสองมาทำการขายอาหารอีสาน การตั้งร้านจะตั้งไม่เกินแนวเสาไฟฟ้าเพราะจะเป็นทางเดิน ที่ร้านจะทำกับข้าวกับภรรยา ช่วยกันขาย ลูกค้าส่วนใหญ่มักจะมาจอดรถและมาซื้อที่ร้านคุณสาคร เมื่อทำการขายเสร็จเรียบร้อย คุณสาครก็จะนำรถเข็นไปจอดเก็บไว้ที่ซอยข้างตรงที่วางโดยขออนุญาตเจ้าของที่จอด แล้วตนกับภรรยาก็จะขับรถกระบะขนของกลับไปบ้าน ที่รถเข็นก็จะมีอะไรเก็บไว้เลย ซองเก็บของใต้รถเข็น คุณสาครบอกว่าก็ได้ใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- การเพิ่มปีกที่วางของรอบๆตัวรถเข็นโดยที่ไม่กินพื้นที่ทางเท้า
- ปรับปรุงด้านล้อรถเข็น เพราะว่ามีอาการชำรุดบ่อยครั้ง
- เพิ่มส่วนปกปิดให้มิดชิดขณะที่จอดรถเข็นทิ้งไว้ให้เกิดความอุ่นใจป้องกันการจัดหรือรื้อค้น
- ระบบล็อคหรือป้องกันขณะจอดรถเข็นเก็บไว้

2.3 ร้านคุณนคร พรมราช



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : เขตประเวศ

อายุร้าน : 10 ปี

เวลาทำการขาย : 5 โมงเย็น – 4 ทุ่มครึ่ง

ราคาารถ : 3,500 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณนคร พรมราช พักอาศัยอยู่ที่บ้าน คุณสาครจะเข็นรถเข็นนี้พร้อมขนของวัดฤดูติบ อุปกรณ์ภาชนะต่างๆที่ใช้ในการขายออกมาจากบ้าน ภายในรอบเดียว จัดเตรียมวัตถุดิบ ของสด ภาชนะอุปกรณ์ต่างๆมาจากที่บ้าน ถ้วย จาน ชาม ใส่ไว้ที่ช่องใต้รถเข็น ทำการขายเริ่มเวลา ห้าโมงเย็น ถึงสี่ทุ่มครึ่ง ร้านของคุณนครเสียค่าเช่าที่ทำการขายกับทางเทศบาลเป็นรายเดือน คุณนครเป็นคน จังหวัดยโสธร ร้านต้องขายเวลากลางคืนก็จะมีการใช้ไฟฟ้าโดยเสียค่าต่อไฟเพิ่มจากโรงงานที่ใกล้จุดจอดรถเข็น ที่ร้านจะทำกับข้าวกับภรรยาช่วยกันขาย ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะมาจอดรถและเดินมาแวะเวียนซื้อที่ร้านคุณนคร ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานโรงงาน ณ บริเวณนั้นๆจะมีร้านอาหารอีสานน้อย พนักงานส่วนใหญ่ก็จะมาทานที่ร้านคุณนคร คุณนครทำการต่อเติมกันสาดผ้าใบเอง มีการนำโวนิลเก่ามาปรับปรุงใช้เป็นกันสาด แต่ก็มีการมุงเป็นรูมาก ที่คุณนครทำเช่นนี้เพราะประหยัด ด้านหลังของรถเข็นคุณนครจะตั้งโต๊ะวางของเบ็ดเตล็ดต่างๆที่ใช้ในการขาย ส่วนผักสดต่างๆจะวางใส่ไว้ในกะละมังตั้งไว้ในที่สูงโดยวางบนเก้าอี้พลาสติก กระติกใส่น้ำ ใส่ข้าวเหนียวก็จะวางไว้บนเก้าอี้พลาสติกเช่นกัน บนโต๊ะกระจกจะมีการวางจาน ชาม ถ้วย ที่ล้างเช็ดแล้วพร้อมทำการใส่อาหารลงไปได้ทันที ที่วางตรงนี้เพราะไวและรวดเร็ว เพราะทำอาหารอยู่ที่หน้าตู้ ส่วนจาน ชาม ถ้วย ที่เตรียมไว้ใช้งานจะนำขึ้นมาจากใต้ช่องที่เก็บของมาวางบนตะกร้าพลาสติก

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- ปรับปรุงวัสดุพื้น ที่ทำการประกอบอาหาร
- ปรับปรุงระบบเปิดปิดช่องเก็บของใต้รถเข็น
- แก้ไขด้านล้อรถเข็นและยางรถเข็นให้ใช้งานได้ยาวนานไม่ต้องเปลี่ยนบ่อยๆ
- ปรับปรุงช่องเก็บของใต้รถเข็น

(3) เขตมีนบุรี

3.1 ร้านคุณมะลิวัลย์ น้อยโพยภัย



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ซอยรามคำแหง 201เขตมีนบุรี

อายุร้าน : 1 ปี

เวลาทำการขาย : 4 โมงเย็น – 5 ทุ่ม

ราคาารถ : 20,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณมะลิวัลย์ น้อยโพยภัย ร้านมีชื่อว่า ร้านลาบเปิด 201แต่เดิมขายอาหารอีสานแบบเป็นร้านแต่เปลี่ยนมาเป็นการขายอาหารอีสานในรูปแบบรถเข็นได้ระยะเวลา ที่ร้านจะมีชุดโต๊ะให้ลูกค้าสามารถรับประทานที่ร้านได้ โดยโต๊ะเก้าอี้ก็จะเก็บเอาไว้ที่ตู้ไค้กเช่นเดียวกัน ความพิเศษของร้านนี้จะมีเมนูเมี่ยงปลาเผา โดยการเผาหรือจะอยู่ทางด้านหลังร้านเลยตู้ไค้กไป คุณมะลิวัลย์จะนำอ่างล้างจานชั่วคราว ซึ่งเอาออกมาจากตู้ไค้ก มาตั้งไว้อีกมุมของร้านฝั่งตรงข้าม เมื่อขายเสร็จก็เก็บอ่างล้างจานเข้าไปเก็บไว้ในตู้ไค้กตามเดิม ร้านนี้มีป้ายชื่อร้านอย่างชัดเจน เป็นโครงเหล็กตัวป้ายเป็นไวนิล วางไฟหลอดยาวด้านหลังเพื่อให้แสงสว่างตรงที่ประกอบอาหารพร้อมทั้งสะท้อนแสงออกมาด้านหน้าป้ายทำให้เห็นป้ายได้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- แบ่งช่องการวางเครื่องปรุง
- จุดวางของสดและกระทิกข้าวเหนียวให้อยู่ภายในตัวรถได้หยิบใช้สะดวก
- ปรับปรุงจุดใส่ขยะมูลฝอย

3.2 ร้านคุณวิมลสิริ สถิตธรรมชัยกุล



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ถนนสีหบุรานุกิจ เขตมีนบุรี

อายุร้าน : 15 ปี

เวลาทำการขาย : 8 โมงเช้า – 1 ทุ่ม

ราคาารถ : 3,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณวิมลสิริ สถิตธรรมชัยกุล ขายอาหารอีสาน โดยไปจอดขายตามบริเวณโรงงาน ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นชาวบ้านและพนักงานโรงงานในซอยนั้น เป็นร้านที่ซื้อกลับบ้าน ไม่มีที่นั่งรับประทาน ในระหว่างทางที่เดินมาขายก็จะมีลูกค้าแวะเวียนมาสั่งซื้อก็จะจอดขายตามรายทาง คุณวิมลสิริจะช่วยกันขายกับลูกสาว โดยเริ่มไปจ่ายตลาดซื้อวัตถุดิบตั้งแต่เวลาตีสอง จัดของวัตถุดิบต่างๆ มาจากที่บ้าน เมฆอย่างก็จะย่างออกมาจากบ้านและมาขึ้นเตาย่างที่รถเป็นเหมือนการอนุรักษ์ความร้อนเอาไว้ เพราะในซอยนั้นจะย่างแบบควันเยอะไม่ได้ ที่ที่ไปจอดขายไม่เสียค่าเช่าที่ ไปจอดขายได้ฟรี รถมีขนาดค่อนข้างเล็กมีการแขวนถุงอะไรต่างๆมากมายไว้ที่รถ คุณวิมลสิริบอกว่าหน้าฝนค่อนข้างลำบากทั้งการขึ้นและการขาย ตรงส่วนของการย่างนั้นไม่มีจุดกำบังแดดฝน เวลาหน้าฝนก็จะเอาร่มเล็กกางกันฝนแทน ผ้าใบก็เป็นป้ายไวนิลเก่าเอามาปรับใช้ใหม่ก็จะมีลมพู่บ้าง คุณวิมลสิริบอกว่าถ้าเป็นไปได้ก็อยากจะปรับปรุงทั้งคัน

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- อยากให้แก้ไขด้านน้ำหนักของรถเข็น
- เพิ่มจุดกันแดดฝนตรงบริเวณเตาย่าง
- เติงโครงสร้างตรงเตาย่างให้แข็งแรง มีส่วนรองรับชี้อ่างอย่างมิดชิด
- ปรับปรุงโครงเหล็กที่รองกระทิก
- ปรับปรุงรูปแบบหลังคา

3.3 ร้านคุณอติยา ชมชื่น



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ถนนสีหบุรานุกิจ เขตมีนบุรี

อายุร้าน : 5 ปี

เวลาทำการขาย : 8 โมงเช้า – 4 ทุ่ม

ราคาารถ : 2,500 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณอติยา ชมชื่น ทำการขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ โดยมีลูกสาวมาคอยช่วยขาย เริ่มเปิดร้านตั้งแต่ แปดโมงเช้าถึงสี่ทุ่ม ดื่นหกโมงเช้าไปจ่ายตลาด โดยมาจัดหน้าร้านตรงพื้นที่ขายเลย เข็นรถเข็นมาจอด ร้านของคุณอติยาทำการเช่าพื้นที่ด้านหน้าของปั้มน้ำมัน ใ้ไฟฟ้าโดยต่อจากของปั้มน้ำมัน ลักษณะการขายจะเป็นการซื้อแบบกลับบ้าน ไม่มีที่ให้ลูกค้านั่งรับประทาน ลูกค้ำจะมีหลากหลาย ที่ร้านจะมีการย่างที่ตัวรถโดยจะมีพัดลมดูดอากาศด้วย คุณอติยา บอกว่าปัญหาใน

การขายจะเป็นช่วงหน้าฝน ที่ร้านไม่ได้ต่อเติมกันสาดผ้าใบขนาดใหญ่ขึ้นเลยจำเป็นต้องใช้พลาสติกใส ชิงติดกันฝนระหว่างขาย

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- อยากให้ปรับปรุงกันสาดผ้าใบกันแดดฝน
- เพิ่มช่องสำหรับวางวัตถุดิบเครื่องปรุงตรงส่วนทำอาหาร
- จัดระเบียบการวางไฟส่องสว่างการเดินไฟ
- ตำแหน่งการวางพัดลมดูดอากาศ
- ปรับปรุงหลังคาและพื้นที่ใต้หลังคา

3.4 ร้านคุณทองมี นาคุณ



ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน : ถนนสีหุบูรานุกิจ เขตมีนบุรี

อายุร้าน : 6 ปี

เวลาทำการขาย : 4 โมงเย็น – 4 ทุ่ม

ราคาารถ : 14,000 บาท



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

คุณทองมี นาคุณ เป็นคนจังหวัดอุบลราชธานี ทำการขายอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่ ที่ร้านจะมีเมนูจิ้มจุ่มด้วย โดยมีลูกสาวมาคอยช่วยขาย เมื่อลูกสาวมีเวลาว่างคุณทองมีเล่าว่าารถเข็น

ของเขาเริ่มจากการต่อเป็นโต๊ะทำกับข้าวแบบทรงกล่องสี่เหลี่ยมธรรมดาแล้วค่อยๆปรับแต่งเพิ่มเติม กลายมาเป็นรถเข็น โดยใช้บในการปรับเปลี่ยนหนึ่งหมื่นสี่พันบาท รถคันนี้มีส่วนของหลังคาที่เป็น โครงเหล็กติดด้วยแผ่นเหล็กอีกที่เปรียบเสมือนหลังคากันแดดฝนทั้งสี่ด้านและยังสามารถพับปิดล็อก กลอน เป็นฝาปิดตัวรถได้อีกเมื่อปิดร้าน เพราะร้านของคุณทองมีจะจอดทิ้งไว้ ณ ที่ทำการขายเลย ทำ การปิดและเก็บของให้เรียบร้อย อุปกรณ์ภาชนะบางส่วนเก็บไว้ที่ตัวรถเข็นช่องใต้รถเข็น บางส่วนขน ขึ้นรถกลับบ้าน เวลาเปิดร้านจะนำของสดมาจัดที่ร้าน คุณทองมีเล่าว่าความพิเศษที่เกิดจากการต่อ เติมเองคือเสาโครงสามารถถอดประกอบได้ไม่ตายตัว หลังคาออกแบบเหมือนหลังคาบ้านใช้ฝาลอน กระเบื้อง ด้านใต้ติดฉนวนกันความร้อน พื้นที่ทำกรประกอบอาหารด้วยสแตนเลส ที่ร้านจะเปิดทำ การขายทุกวันยกเว้นวันหยุดราชการ ส่วนของการทำอาหารจะมีปัญหาตรงส่วนเตาไม่มีจุดกาบั้งแดด ฝน ส่วนป้ายหน้าร้านเป็นป้ายโครงอะลูมิเนียมประกอบติดกับแผ่นพลาสติกอะครีลิคอย่างดี

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- ปรับที่กันแดดกันฝนแยกออกมาตรงส่วนเตา
- ปรับส่วนรองรับซีเมนต์ของเตาถ่าน ป้องกันการปลิวและความสกปรก
- ปรับปรุงส่วนกำจัดขยะมูลฝอย
- ตำแหน่งที่วางกระติกข้าวเหนียว

(4) ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาการขายอาหารเคลื่อนที่และพฤติกรรม การรับประทานอาหารของชาวอีสาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา บุณนาค

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์เกษตร

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา บุณนาค อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการขายอาหารที่เป็นรถขายอาหารเคลื่อนที่และด้านสุขลักษณะในการขายอาหาร ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ขอรับการสัมภาษณ์และทราบข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนารถขายอาหาร ซึ่งอาจารย์ได้ให้คำแนะนำในด้านหลักสุขาภิบาลการขายอาหาร กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆที่ควรมีในการขายอาหารแบบเคลื่อนที่ และการขายอาหารเคลื่อนที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- ควรออกแบบเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดวางถังน้ำแข็งหรือรูปแบบถังน้ำแข็งที่ใส่ของสด ให้อยู่ในตัวรถขายอาหารอีสาน เพื่อการเก็บรักษาวัตถุดิบที่ใช้ในการขายอาหารให้ดีที่สุด เพราะจะมีของสดต่างๆที่ต้องใช้จำนวนมากในการขายแต่ละวัน
- ออกแบบปรับปรุงระบบการขจัดควัน ให้ไม่เป็นที่รบกวนต่อสภาพแวดล้อมและบุคคลโดยรอบ
- แก้ปัญหาเรื่องสนิมที่เกิดจากน้ำหยดภายในตัวรถ อาจจะมีการต่อท่อให้น้ำหยดผ่านออกจากตัวรถขายอาหารอีสาน
- ควรออกแบบให้ป้องกันการเข้ามาอยู่ของหนู แมลง และสัตว์ต่างๆ ใส่ใจในส่วนของช่องหรือรู ให้มีความปลอดภัย เพราะสัตว์เหล่านี้จะนำพาเชื้อโรค มาสู่ตัวรถ
- ให้คำนึงเรื่องขนาดสูงต่ำของพื้นที่การประกอบอาหาร ให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวของการประกอบอาหารให้มากที่สุด
- ออกแบบรถขายอาหารอีสานให้สอดคล้องกับพื้นที่บริเวณที่ขาย ใส่ใจและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

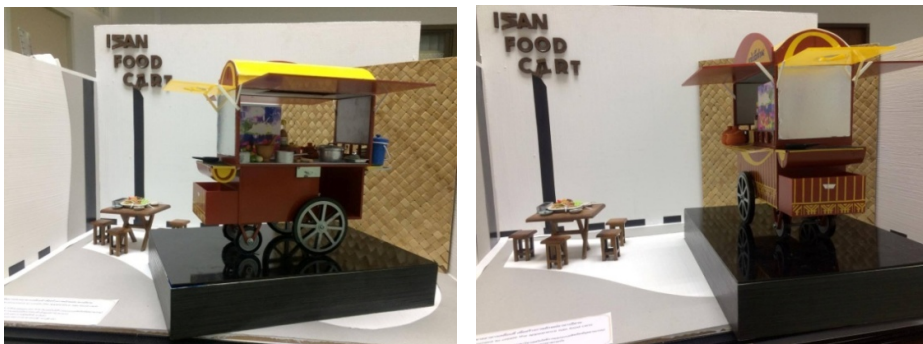
ภาคผนวก จ
ภาพถ่ายหุ่นจำลอง



ภาพที่ จ.1 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสานขนาด 1:4 cm
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2560)



ภาพที่ จ.2 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสานมุมด้านบน
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2560)



ภาพที่ จ.3 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสานมุมด้านหลังและด้านข้าง

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2560)



ภาพที่ จ.4 หุ่นจำลองรถเข็นอาหารอีสาน

ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2560)

ภาคผนวก ฉ
บทความวิจัย



การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ
การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง

**07th SMART
EDUCATION**
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ศุกร์ที่ 16 มิถุนายน 2560


 การประชุมวิชาการทางการศึกษาในระดับ
 การพัฒนาประเทศไทยในระดับจังหวัด
SMART EDUCATION
 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



ใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย
สัญญา สีอาด อุณศักดิ์ สาริบุตร และ ทรงวุฒิ เอกวุฒินงศา
 นำเสนอบทความเรื่อง
 ศึกษาและพัฒนาการขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
 STUDY AND DEVELOPMENT TO CREATE THE APPEARANCE ISAN FOOD CARTS
ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วันศุกร์ที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2560


 [รองศาสตราจารย์ ดร. พิชัย นาม]
 คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
 ประธานกรรมการประชุมวิชาการทางศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 7



ห้อง D-303 ดำเนินรายการโดย รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด และ อาจารย์พิริยาพร อ่วมพิทยา

เวลา	ผลงานวิจัย/ผู้นำเสนอผลงาน
10.30-10.50 น.	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการคิดเชิงบวกของนักศึกษาครุมหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานคร นำเสนอโดย : ปัญญา วรวัฒน์ชัย
10.50-11.10 น.	ศึกษาการรับรู้ของคนวัยทำงานเกี่ยวกับพฤติกรรมคอร์รัปชัน นำเสนอโดย : บุญจันทร์ สีสันต์ สายฝน ทองถิ่น ณชนกพรหมพร บุญชูศรี และ เบญจมาศ หาญกล้า
11.10-11.30 น.	การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก บ้านหนองเดิ่น ตำบลชุมพร อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด นำเสนอโดย : กมลทิพย์ บำรุงรส จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง และ ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา
11.30-11.50 น.	การพัฒนาเกณฑ์การประเมินคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับประถมศึกษาตาม โครงการโรงเรียนสุจริต นำเสนอโดย : ญาดา โพธิสาขา ผดุงชัย ภูพัฒน์ และ กฤษณา คิตติ
11.50-12.10 น.	โมเดลเชิงสาเหตุของการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยและการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผล ต่อการคิดอภิमानของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นำเสนอโดย : จักรพงษ์ งามข้า ธนินทร์ รัตน์โอฬาร และ กฤษณา คิตติ
12.10-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน

ห้อง D-303 ดำเนินรายการโดย รศ.ปิยะ ศุภวราสุวัฒน์ และ ดร.สุพรชัย แสงรัตน์วัชรา

เวลา	ผลงานวิจัย/ผู้นำเสนอผลงาน
13.00-13.20 น.	การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการทำงานเป็นทีมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง นำเสนอโดย : จิรภัฏฐ์ เรื่องกฤษณ์ กฤษณา คิตติ และ ธนินทร์ รัตน์โอฬาร
13.20-13.40 น.	การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากไม้สัก ในเขตพื้นที่มรดกโลก จ.สุโขทัย นำเสนอโดย : อุดมศักดิ์ สาริบุตร อภูธม สาริบุตร และ เอื้ออัมพร เพชรสินจร
13.40-14.00 น.	ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน นำเสนอโดย : สัญญา สีสอาด อุดมศักดิ์ สาริบุตร และ ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา
14.00-14.20	การออกแบบกล่องให้ยาเพื่อป้องกันการชักในภาวะครรภ์เป็นพิษ นำเสนอโดย : ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา พจนา โพธิจันทร์ และ ดารณี ธนวัฒน์
14.20-14.40 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.40-15.00 น.	การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งผนังบ้านพักอาศัยจากไม้สักอายุ 7-14 ปี นำเสนอโดย : เกศยา เสาวภา ธเนศ ภิรมย์การ และ สมชาย เชะวิเศษ

ศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน
STUDY AND DEVELOPMENT TO CREATE THE APPEARANCE ISAN FOOD CARTS

สัญญา สีสอาด¹ อุดมศักดิ์ สาริบุตร² และทรงวุฒิ เอกภูมิจวงศา³

¹ นักศึกษาหลักสูตร ค.อ.ม. (เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)

^{2,3} รองศาสตราจารย์ ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

san_musicman@hotmail.com; ksudomsa@kmitl.ac.th; momojojo108@gmail.com

บทคัดย่อ

ในงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ 2) เพื่อพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริโภครถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ จำนวน 60 คน ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการลงพื้นที่กรณีศึกษา คือ เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี และเขตประเวศ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กับกลุ่มผู้ประกอบการ และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการใช้เครื่องมือมาเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) และทำการวิเคราะห์โดยการจัดกลุ่ม (Grouped Data) พบว่า มีอยู่ 3 ประเด็นหลักที่ควรพัฒนาในรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ได้แก่ การพัฒนาให้แสดงออกที่มีภาพลักษณ์ถึงความเป็นอีสาน การพัฒนาให้มีภาพลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย การพัฒนาให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อการจัดวางในพื้นที่จำหน่าย เมื่อได้ประเด็นในการพัฒนาแล้ว ผู้วิจัยทำแบบร่างและสร้างเครื่องมือ เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จากผลการประเมินพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานเลือกรูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) (S.D.=0.20) และมีระดับความเหมาะสมด้านการสร้างภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) (S.D.=0.29) จากนั้นผู้วิจัยได้พัฒนาแบบร่าง โดยนำเอาข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาและสรุปรูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน สรุปรูปภาพรวมจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ พบว่า การพัฒนาลดขนาดของตัวรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ต้องจัดวางทิศทางให้มีความสอดคล้องกันของขนาด และอาจจะตัดทอนลดขนาดจากวัฒนธรรมอีสานรูปแบบอื่นเข้ามาผสมผสานให้ภาพลักษณ์ชัดเจนยิ่งขึ้น และเพิ่มเติมกันสาดจุดด้านหน้าร้าน โดยไม่ไปลดทอนการแสดงออกของภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ขณะ จัดวางในพื้นที่จำหน่าย

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, รถขายอาหารเคลื่อนที่, อาหารอีสาน

ABSTRACT

The aim of this research was to investigate the Isan food carts sales and Isan food sales behavior. For development the Isan food carts and creation the image of Isan food. The research sample consisted of 60 persons. The study was conducted by using the case study of Ladkrabang, Minburi and Prawet. The researcher uses an interview form questionnaire the study area, the researcher used a purposive sampling technique with the entrepreneurs and uses The Accidental Sampling Method with the consumer group. The researcher uses SWOT analysis and analysis data by Grouped Data. There are three main areas to be developed in the Isan food carts. First, the development to express the image of Isan. Then the development of image in the usability. Next the development of a good image for placement in the distribution area. Finally, When it comes to development issues. The researcher makes drafts and create tools. To ask the opinion of the experts on the development to create the appearance Isan food carts. It based on the

results of the evaluation. The experts on the development to create the appearance Isan food carts, choose the first model with the appropriate level of development of the Isan food cart moving average level was very high ($\bar{x} = 3.85$) (S.D.=0.20) and the appropriate level of Isan food carts image. The Isan food cart movement was very high ($\bar{x} = 3.75$) (S.D.=0.29). By taking expert advice to develop and summarize the Isan food carts model to create the appearance Isan food carts. Moreover, The overview of the expert's recommendations. Entrepreneurs and consumers of the Isan Food Movement Vehicle found that the development of the pattern on the Northeast moving Isan food carts sold. The directions of the pattern must be aligned and the pattern of other Isan cultures may be cut off and more awning point in front of the shop. Without compromising on the expression of the Isan food carts appearance while placing in the sales area.

Keywords: The appearance, Food carts, Isan Food

1. ความเป็นมาของปัญหา

วัฒนธรรมการกินของคนอีสานได้เดินทางมาพร้อมกับคนอีสานที่อพยพเข้ามาทำงานทำในกรุงเทพฯ ส่งผลให้อาหารอีสานนั้นเป็นที่รู้จักกันใหม่มากขึ้นสำหรับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ เกิดเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่และเริ่มที่จะมีการพัฒนารูปแบบอาหารให้มีรสถูกใจผู้บริโภคกลุ่มใหม่อย่างในเมืองกรุง ศรีลักษ์ณ์ รอดย่นต์ [1] รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวอีสานและชาวไทยโดยทั่วไป แต่ที่ผ่านมากลับมีความสัมพันธ์กับมวลชนในระดับล่างคนสามัญธรรมดาที่มีกำลังจ่ายไม่มากนัก แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไป รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ได้มีมากขึ้น การขายอาหารอีสานในรูปแบบที่เคลื่อนที่ได้ทำให้อาหารอีสานสามารถกระจายไปยังจุดต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันมีรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่พบว่ารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบันนี้มีความคล้ายคลึงกับรถขายอาหารเคลื่อนที่ประเภทอื่นๆ ทั้งๆที่อาหารอีสานมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถบ่งบอกถึงวัฒนธรรมอีสานได้




การลงพื้นที่และสังเกตการณ์ผู้วิจัยพบว่าผู้บริโภคบางกลุ่มยังขาดความเชื่อมั่นในการรับประทานอาหารอีสานกับรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ทำให้การรับประทานอาหารอีสานในรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่นั้นถูกมองข้ามไป ทั้งนี้ในปัจจุบันนี้มีรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่อยู่เป็นจำนวนมากแต่เจาะกลุ่มได้เพียงชาวอีสานแท้ๆที่มาทำงานในเมืองเท่านั้น คุณค่าของอาหารอีสานควรที่จะให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับกับทุกกลุ่มผู้บริโภคและต้องแสดงออกถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาวอีสาน ซึ่งร้านอาหารอีสานแบบเคลื่อนที่นั้นเองที่จะเป็นตัวกลางที่จะสื่อสารให้กับคนโดยทั่วไปได้รู้จักกับความเป็นอีสาน และเพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายรัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีนโยบายเตรียมความพร้อมในการรองรับประชาคมอาเซียน ทั้งด้านการบริการสุขภาพ ด้านการควบคุมมาตรฐานอาหารนำเข้าและส่งออก รวมทั้งอาหารที่จำหน่ายและบริโภคในประเทศ ด้วย เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลต่อการมีสุขภาพดี ลดปัญหาการเจ็บป่วย กรมอนามัยเร่งรัดให้ร้านอาหารและแผงลอยพัฒนาให้ได้มาตรฐาน เพื่อยกระดับมาตรฐานร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร เตรียมพร้อมก้าวสู่การเป็นครัวโลก สร้างความเข้าใจมาตรฐานรถเข็นและแผงขายอาหารปลอดภัย ในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นครัวโลก นอกจากจะผลิตอาหารให้เพียงพอแล้ว อาหารจะต้องปลอดภัยเป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของนานาประเทศ ไทยรัฐออนไลน์ [2]

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยพบว่าควรมีการพัฒนาการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ผู้วิจัยคาดหวังว่า การศึกษาและพัฒนาการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานนี้ จะสามารถสร้างค่าความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่
- 2.2 เพื่อพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ในแบบร่าง

รูปแบบ	S	W	O	T
1 	-รูปแบบสวยงาม -ไฟส่องสว่าง -ป้ายร้าน	-ส่วนของมือจับ เข็น	-สร้างจุดสนใจ -แบ่งส่วนการ ประกอบอาหาร	-วัสดุ -การตัดโค้งโลหะ ต้องใช้เวลา
2 	-ที่วางของแบ่งช่อง -พื้นที่ได้รถเข็น -การจัดการครัว	-น้ำหนัก	-ประกอบอาหาร ได้สะดวก -แบ่งส่วนเก็บของ	-น้ำหนักในการ เคลื่อนย้าย
3 	-รูปแบบเรียบง่าย -พื้นที่ได้รถเข็น -ช่องเก็บของ	-พื้นที่ได้หลังคา	-แบ่งส่วนเก็บของ -เก็บสิ่งของได้ หลากหลาย	-น้ำหนักในการ เคลื่อนที่

3.2.1 การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

ขั้นตอนการพัฒนาแบบ ผู้วิจัยนำข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ และนำกรอบแนวความคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม [3] กรอบแนวความคิดด้านการผลิต [4] และกรอบแนวความคิดด้านการประเมินความพึงพอใจ [5] มาวิเคราะห์เพื่อทำการร่างแบบ จำนวน 30 แบบ และแยกหมวดหมู่รูปแบบจากแรงบันดาลใจที่ใช้ในการร่างแบบจากเอกลักษณ์อีสาน ได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรงบันดาลใจจากงานศิลปะอีสาน กลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องมือเครื่องใช้อีสาน และกลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องดนตรีอีสาน ผู้วิจัยได้ทำการเลือกแบบ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ในแต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้ แบบที่มีจุดอ่อนและอุปสรรคน้อยที่สุดในการพัฒนาดังตารางที่ 1

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน เพื่อสอบถามความคิดเห็นในด้านรูปแบบที่เหมาะสมและสอบถามความเห็นด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

3.2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และนำไปประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับโครงสร้างหลักของเนื้อหา (Index of item Objective Congruence : IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามไปประเมินความคิดเห็น โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 5 ท่าน

3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ตารางแสดงผลการประเมินด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน เพื่อหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เพื่อสรุปหารูปแบบในการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมกรขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

ผลการใช้แบบสังเกตของผู้วิจัย ผลการใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 12 คนและผลการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบันของผู้ประกอบการและผู้บริโภค 60 คน สามารถแจกแจงเป็นหมวดหมู่ได้ตามความต้องการที่ใกล้เคียงกันของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ดังตารางต่อไปนี้

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่และพฤติกรรมการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

3.1.1 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาสภาพปัญหา และศึกษาข้อมูลรายละเอียดของรูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ทั้งด้านชนิดของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ พฤติกรรมการขายและการใช้งานรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ อุปกรณ์ที่ใช้ในร้านอาหารอีสานประเภทเคลื่อนที่ การตั้งในพื้นที่จำหน่าย รายการอาหารที่ขาย โดยศึกษาจากข้อมูลภาคเอกสารและลงพื้นที่สัมภาษณ์ จากกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้บริโภค และผู้เชี่ยวชาญด้านรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เมื่อทำการศึกษาข้อมูลต่างๆแล้วผู้วิจัยทำการศึกษาโดยสรุปปัญหาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน



รูปที่ 1

ภาพรถขายอาหารอีสานรูปแบบเดิม

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย

แบบสังเกตของผู้วิจัย

แบบสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์แบบมีคำถามที่แน่นอน (Structured Interview)

แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร หนังสือ ตำรา สถิติ และการสัมภาษณ์แบบมีคำถามที่แน่นอน ของการใช้งานและความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสาร หลักฐานและการสัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) และนำมาจัดหมวดหมู่ปัญหาปัจจัย และความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ จำนวน 60 คน



รูปที่ 2

การลงพื้นที่สัมภาษณ์ของผู้วิจัย

3.2 เพื่อพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ขั้นตอนการพัฒนาแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อมูลจากการศึกษา หนังสือ เอกสาร หลักฐาน การลงพื้นที่สัมภาษณ์ การประเมินผลจากแบบสอบถาม เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาเป็นแนวความคิดในการวิเคราะห์เพื่อหารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อร้านอาหารอีสานเคลื่อนที่ในปัจจุบัน

ลำดับที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1.มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อร้านอาหารอีสาน				
1	มีภาพลักษณ์ที่ดีแสดงออกถึงภาพลักษณ์อาหารอีสาน	3.27	0.95	ปานกลาง
2	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อกรวางในพื้นที่จำหน่าย	3.18	0.85	ปานกลาง
3	มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้จำหน่าย	3.27	0.79	ปานกลาง
4	มีภาพลักษณ์ที่ดีสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค	3.25	1.00	ปานกลาง
5	มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านความสะอาดและถูกสุขลักษณะ	2.98	0.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.19	0.93	ปานกลาง
2.มีองค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม				
1	มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสวยงาม	3.11	1.07	ปานกลาง
2	มีการจัดวางองค์ประกอบเกี่ยวกับวัสดุที่เหมาะสม	3.34	0.90	ปานกลาง
3	มีการจัดตำแหน่งอุปกรณ์ประกอบอาหารเหมาะสม	3.40	1.00	ปานกลาง
4	มีองค์ประกอบการใช้สีสันทันสวยงาม	3.28	1.00	ปานกลาง
5	มีองค์ประกอบในการออกแบบที่เหมาะสมสวยงาม	3.19	0.98	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.26	0.97	ปานกลาง
3สอดคล้องกับเป้าหมาย				
1	สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบ	3.32	0.90	ปานกลาง
2	สอดคล้องกับการใช้งานอย่างชัดเจน	3.40	1.23	ปานกลาง
3	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	3.52	0.96	ดี
4	สอดคล้องกับพื้นที่ในการจัดวางอุปกรณ์ประกอบอาหาร	3.11	1.13	ปานกลาง
5	สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค	3.22	1.30	ปานกลาง
6	สอดคล้องกับน้ำหนักและการเคลื่อนย้าย	3.45	1.14	ปานกลาง
7	สอดคล้องต่อการดูแลรักษา	3.60	1.02	ดี
ค่าเฉลี่ย		3.37	1.09	ปานกลาง
4มีความสะดวกตาเป็นเอกลักษณ์				
1	มีรูปแบบสวยงามโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภค	3.04	1.25	ปานกลาง
2	มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนจากกรมองระยงะไกล	3.21	1.12	ปานกลาง
3	มีเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นอีสาน	2.85	1.12	ปานกลาง
4	มีเอกลักษณ์ในด้านประโยชน์ใช้สอย	2.92	1.43	ปานกลาง
5	มีจุดจดจำให้กับผู้บริโภคในการที่จะมาอุดหนุนครั้งต่อไป	3.09	1.07	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย		3.02	1.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้การสรุปข้อมูล โดยนำประเด็นปัญหาการจัดเข้ากลุ่มตามหัวข้อที่มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับกรอบแนวความคิด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการจัดกลุ่มข้อมูลตามลำดับความต้องการ ที่มีความสอดคล้องกับกรอบแนวความคิด

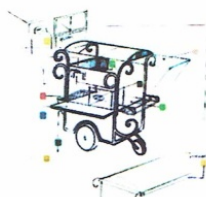
อันดับที่ 1 ปัจจัยด้านความสะดวกตา เป็นเอกลักษณ์		อันดับที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ดีต่อ ร้านอาหารอีสาน		อันดับที่ 3 ปัจจัยด้านองค์ประกอบ เหมาะสมสวยงาม		อันดับที่ 4 ปัจจัยด้านความสะดวกตา สอดคล้องกับ เป้าหมาย	
แสดงความ เป็นอีสาน	ประโยชน์ใช้ สอย	ความสะอาด และ สุขลักษณะ	การวางใน พื้นที่ จำหน่าย	ขนาด สัดส่วน	องค์ประกอบ ที่ออกแบบ	การจัดวาง อุปกรณ์	สอดคล้อง กับ ผู้บริโภค
รูปแบบรถ	รูปแบบรถ	ที่เก็บของสด	รูปแบบรถ	รูปแบบรถ	รูปแบบรถ	ที่เก็บของสด	รูปแบบรถ
ป้ายร้าน	ที่บังร่ม	ช่องใต้รถเข็น	ป้ายร้าน	ความสูง	ที่เก็บของสด	ความสูง	ป้ายร้าน
รับกับพื้นที่	พื้นที่เตาย่าง	พื้นที่ใต้หลังคา	ที่เก็บของสด	ที่บังร่ม	ป้ายร้าน	พื้นที่เตาย่าง	แสงไฟ
	พื้นที่ใต้หลังคา	จุดทำอาหาร	ที่บังร่ม	พื้นที่เตาย่าง	ช่องใต้รถเข็น	พื้นที่ใต้หลังคา	รับกับพื้นที่
	ความสูง	แสงไฟ	จุดทำอาหาร	จุดทำอาหาร	ความสูง	ช่องใต้รถเข็น	

	ปีกด้านข้าง		พื้นที่เตาอย่าง	รับกับพื้นที่	พื้นที่ได้หลังคา	จุดทำอาหาร
	ที่เก็บของสด		ปีกด้านข้าง		ปีกด้านข้าง	ปีกด้านข้าง
	ช่องไต่รถเข็น		รับกับพื้นที่		ที่บังร่ม	ที่วางผักกับอุปกรณ์

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดหมวดหมู่ของระดับความต้องการ ของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้นำประเด็นความต้องการพัฒนา มาจัดเรียงลำดับตามความถี่ของข้อมูลมากที่สุดไปหาความถี่ของข้อมูลที่น้อยที่สุด ได้เป็น 3 ระดับได้แก่

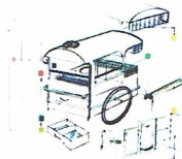
1. ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 1 คือ รูปแบบรถ
2. ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 2 คือ ที่เก็บของสด
3. ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 3 คือ 1) ป้ายร้าน 2) ช่องไต่รถเข็น 3) พื้นที่ใต้หลังคา 4) ปีกด้านข้าง 5) ที่บังร่ม 6) ความสูง 7) รับกับพื้นที่ 8) พื้นที่เตาอย่าง
4. ประเด็นความต้องการพัฒนาระดับที่ 4 คือ 1) จุดทำอาหาร 2) ที่วางผักกับอุปกรณ์ 3) ไฟส่องสว่าง
- 4.2 ผลการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน

ผู้วิจัยดำเนินการร่างรูปแบบพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 30 แบบ และเลือกรูปแบบโดยวิธีการแยกหมวดหมู่รูปแบบจากแรงบันดาลใจที่ใช้ในการร่างแบบจากเอกลักษณ์อีสาน ได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรงบันดาลใจจากงานศิลปะอีสาน กลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องมือเครื่องใช้อีสาน และกลุ่มแรงบันดาลใจจากเครื่องดนตรีอีสาน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ในแต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้ แบบที่มีจุดอ่อนและอุปสรรคน้อยที่สุดในการพัฒนา จำนวน 3 แบบ โดยแสดงให้เห็นใน รูปที่ 3 ถึง 5



รูปที่ 3

รถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานแบบที่ 1 แรงบันดาลใจจากลวดลายบ้านเชียง



รูปที่ 4

รถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานแบบที่ 2 แรงบันดาลใจจากเกวียนอีสาน



รูปที่ 5

รถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานแบบที่ 3 แรงบันดาลใจจากแคน

ด้านการสร้างภาพลักษณ์รถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) (S.D.=0.29) เช่นเดียวกัน จึงนำเอาแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานรูปแบบที่ 1 มาเข้าสู่กระบวนการพัฒนาแบบร่าง โดยนำเอาข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาและสรุปรูปแบบ เพื่อการนำไปผลิตเป็นหุ่นจำลองต้นแบบ ดังรูปที่ 9



รูปที่ 9

รูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน เพื่อการผลิตหุ่นจำลองต้นแบบ



รูปที่ 10

การประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

5. อภิปรายและสรุปรูปผล

จากการศึกษาและพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน พบว่า รูปแบบการขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ จะพบในรูปแบบรถเข็นเป็นส่วนใหญ่ พฤติกรรมการจำหน่ายจะเคลื่อนย้ายรถเข็นจากที่พักหรือที่จอดพักไว้มายังจุดที่ทำการขาย ซึ่งเป็นบริเวณบาทวิถี หรือจุดพื้นที่ให้เข้า ผู้ประกอบการจะใช้พื้นที่จัดวางอุปกรณ์ภาชนะต่างๆวางเพิ่มเติมนอกตัวรถเข็นเกิดการใช้พื้นที่มากเกินไปและไม่เป็นหมวดหมู่ สร้างความไม่สะดวกทั้งต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค เกิดความไม่มั่นใจในตัวผู้บริโภคในด้านสุขลักษณะ อีกประเด็นที่สำคัญคือภาพลักษณ์ที่สามารถสร้างจุดจดจำและเชิญชวนผู้บริโภคให้มาอุดหนุนนั้นไม่เด่นชัด รถเข็นที่ขายอาหารอีสานมีความคล้ายคลึงและกลมกลืนกับรถขายอาหารประเภทอื่นๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาสภาพปัญหา และศึกษาข้อมูลรายละเอียดของรูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เดิม ทั้งด้านชนิดของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ รูปแบบของรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ พฤติกรรมการขายและการใช้งานรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา บุนนาค [6] ที่ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบของแผงลอยและรถเข็นอาหารต้องเป็นต้นแบบที่ได้มาตรฐานและถูกสุขลักษณะ เพื่อยกระดับมาตรฐานของการใช้งานแผงลอยและรถเข็นเพื่อการบริการอาหารแก่ผู้บริโภคทั่วไป และผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปปัญหาได้ว่าควรพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ความเป็นอีสาน สร้างความมั่นใจด้านสุขลักษณะ และช่วยให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวต่อผู้ประกอบการขณะประกอบอาหารบนรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่ เมื่อทำการวิเคราะห์ปัญหาแล้ว ผู้วิจัยจึงร่างแบบโดยมีคุณสมบัติสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเยาวฤทธิ์ กระจตุฤกษ์ [3] ที่กล่าวว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องอาศัยหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดด้านการผลิตของปริญญา บุญนิษฐ์ และ อรรถเจตต์ อภิขจรศิลป์ [4] ที่กล่าวว่า แนวทางการผลิตในระบบอุตสาหกรรมต้องออกแบบโดยใช้ชิ้นส่วนมาตรฐาน ที่มีจำหน่าย

DRLE 2017

การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติครั้งที่ 7
 “การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: Smart Education เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

ผู้วิจัยทำการพัฒนารูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานทั้ง 3 รูปแบบ ก่อนนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารูปแบบได้ดังรูปที่ 6 ถึงรูปที่ 8



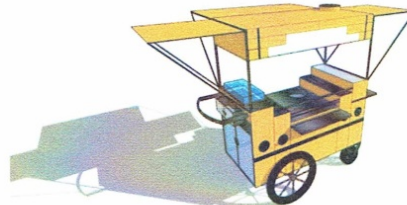
รูปที่ 6

การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานแบบที่ 1



รูปที่ 7

การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานแบบที่ 2



รูปที่ 8

การพัฒนารูปแบบรถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสานแบบที่ 3

ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน จำนวน 5 ท่าน ดังรูปที่ 6 สรุปผลได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญเลือกรูปแบบที่ 1 โดยให้เหตุผลว่า รูปแบบที่ 1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ความเป็นอีสานได้ชัด และมีจุดที่สร้างการจดจำได้ พื้นที่ในการประกอบอาหารมีความกว้างขวางและสามารถยืดหยุ่นสลับพื้นที่การจัดวางภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ ได้ ส่วนข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนารูปแบบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรเพิ่มเติมส่วนของลวดลายที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอีสานรูปแบบอื่นๆ มาประกอบการตัดทอนของลวดลายบนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง เพื่อให้เกิดจุดจดจำและภาพลักษณ์ที่ชัดเจน โดยตัดทอนลวดลายให้มีความต่อเนื่องกันทั้งส่วนด้านบนและด้านล่างของตัวรถ เพิ่มส่วนโค้งของหลังคาและพัฒนากันสาดให้มีรูปแบบที่สามารถปิดพับได้ในเวลาที่ปิดร้านและเพิ่มพื้นที่ด้านหลังทำให้เกิดการใช้งานที่คุ้มค่าที่สุดกับพื้นที่ที่มีอยู่ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ผู้วิจัยสรุประดับความคิดเห็นได้ คือ รูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมด้านการพัฒนารถขายอาหารอีสานเคลื่อนที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) (S.D.=0.20) และมีระดับความเหมาะสม

ทั่วไปเพื่อช่วยลดต้นทุนในการสั่งผลิตชิ้นส่วนเฉพาะ และออกแบบให้ง่ายต่อการเคลื่อนที่กับการจัดวางทิศทาง จากนั้นผู้วิจัยทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ได้รูปแบบรถขายอาหารเคลื่อนที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารอีสาน ที่พัฒนาการใช้พื้นที่ภายในรถเช่นอย่างคุ่มข้าวและค่องตัวในการประกอบอาหารของผู้ประกอบการ สร้างจุดจดจำเกิดความมั่นใจให้กับผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับหลักการสร้างภาพลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของสุมิตรา ศรีวิบูลย์ [7] ที่ได้กล่าวว่า การออกแบบภาพลักษณ์อย่างยั่งยืนที่ชัดเจน โดดเด่นในใจของกลุ่มเป้าหมายจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อหรือลูกค้า การเลือกใช้วัสดุที่มีประสิทธิภาพในการผลิต และการทำให้ผลิตภัณฑ์สื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจน

6. เอกสารอ้างอิง

- [1] ศิริลักษณ์ รอดยั้งต์. 2552. ส้มตำเป็นอาชีพ. กรุงเทพฯ: แสงแดด
- [2] ไทยรัฐออนไลน์. 2556. กระทรวงสาธารณสุข คลอดมาตรฐานรถเข็นขายอาหารต้นแบบ สะอาดปลอดภัยทั้งตัวรถ อาหาร และผู้ขาย รองรับประชาคมอาเซียน. ค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.thairath.co.th/content/330943>
- [3] ยาวฤทธิ์ กระตุกข์. 2546. การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน. กรุงเทพฯ: ส่วนพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเรือน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- [4] ปริญญา บุญนิษฐ์ และ อรรคเจตต์ อภิขจรศิลป์. 2552. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: ฝ่ายสารสนเทศและวิชาการ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- [5] ดวงฤทัย อ่างไรชิต. 2550. เทคโนโลยีภาษาขณะบรรจุ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- [6] จินตนา บุณนาค. 2555. การพัฒนาต้นแบบแผงลอยอนามัย สำหรับการให้บริการอาหารใน เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- [7] สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. Corporate Identity การออกแบบอัตลักษณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: Core Function

ภาคผนวก ข

ภาพการประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ



ภาพที่ ข.1 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ รศ.ดร.จินตนา บุนนาค
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2560)



ภาพที่ ข.2 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ รศ.ว่าที่ร้อยโท ดร.พิชัย สดภิบาล
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2560)



ภาพที่ ข.3 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ ดร.ธีรภัทต์ เลิศข้าของกุล
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2560)



ภาพที่ ข.4 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ ณธทัย จันเสน
ภาพโดย : สัณญา สีสอาด (2560)



ภาพที่ ข.5 การประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ดารณี ธนวัฒน์
ภาพโดย : สัญญา สีสะอาด (2560)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายสัญญา สีอาด
วัน-เดือน-ปีเกิด	21 กันยายน 2532
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	203 หมู่ 5 หมู่บ้านรุ่งกิจวิลล่า 7 ถนนร่มเกล้า ซอย ร่มเกล้า 42 แขวง คลองสามประเวศ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมาเรียลัย ปีการศึกษา 2555 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม (คอบ.) สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ หลักสูตรครุศาสตร์การออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2559 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม (คอม.) สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
ประวัติการทำงาน	ปัจจุบัน ครูวิชาศิลปะ โรงเรียนมาเรียลัย