

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่  
เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์

A STUDY OF FACTORS AND LOCAL WISDOM OF BAMBOO WICKERWORK  
FOR PRODUCT DESIGN

กมลรัตน์ อัดตปัญญา  
KAMOLRATANA ATTABHANYO

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-029

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่  
เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์

A STUDY OF FACTORS AND LOCAL WISDOM OF BAMBOO WICKERWORK  
FOR PRODUCT DESIGN

กมลรัตน์ อັตตปัญโญ  
KAMOLRATANA ATTABHANYO

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-029

A STUDY OF FACTORS AND LOCAL WISDOM OF BAMBOO  
WICKERWORK FOR PRODUCT DESIGN

KAMOLRATANA ATTABHANYO

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

2019

KMITL-2019-ED-M-222-029

COPYRIGHT 2019

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์  
กมลรัตน์ อัดตปัญญา

นักศึกษา

59603097

รหัสประจำตัว

ปริญญา

ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารการเกษตร

สาขาวิชา

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ.

2562

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.สุธาสินธุ์ บุรีคำพันธ์

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ วิธีการดำเนินการวิจัย ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงลงไปผู้ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงก์คอกแฟร์ 2018-2019 จำนวน 50 ตัวอย่าง และศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบและพัฒนาแบบร่างจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญงานหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ภายในศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี จำนวน 3 ท่าน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเชิงลึก คำถามปลายเปิด แล้วจึงทำการออกแบบและนำไปประเมินเลือกแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่วางจำหน่ายในปัจจุบันมีรูปแบบโบราณจึงไม่นิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมองคุณค่าของเครื่องจักสานอยู่ที่ลวดลายการสานที่ปรากฏ หากมีการออกแบบและพัฒนาที่มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้สอย ซึ่งมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{X}=4.82, S.D.=0.48$ ) อีกทั้งจากการศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ของศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ได้พบว่า ได้มีการส่งสมภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมจักสานมาแต่โบราณและถ่ายทอดมาจนปัจจุบัน เน้นไปที่การใส่ใจในรายละเอียดและการเตรียมวัสดุเพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้มีราคามากยิ่งขึ้น ด้านลวดลายเป็นลายดั้งเดิมที่ได้รับการสืบทอดมา มีเป็นส่วนน้อยที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ และจากการที่ผู้วิจัยได้ออกแบบลายสานพร้อมทั้งรูปทรงผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากที่มีทั่วไปนั้น 3 ชนิด ผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหิ้วลายทุ่งนา มีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\mu=4.67, \sigma=0.14$ ) ผลิตภัณฑ์รูปภาพติดผนังลายรั้ว มีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\mu=4.83, \sigma=0.14$ ) และผลิตภัณฑ์เครื่องประดับต่างหูลายถนน มีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\mu=4.75, \sigma=0.00$ )

ผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่ากลุ่มผู้บริโภคในงานแสดงสินค้ามีระดับความพึงพอใจมากที่สุดทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหิ้วลายทุ่งนา และกระเป๋ากลมลายทางเดิน มี

ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากันอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.45, S.D. = 0.09$ ) ผลិតภักษ์ประเภทรูปภาพระดับตแต่งลายรั้ว มีค  
ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.66, S.D. = 0.17$ ) และผลิตภักษ์ประเภทเครื่องประดับต่างหุลายถนนมี  
ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.58, S.D. = 0.07$ ) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและ  
ผู้เชี่ยวชาญ

**คำสำคัญ:** ปัจจัย, จักสานไม้ไผ่, ภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น, ออกแบบผลิตภักษ์, ลายสาน

<b>Thesis Title</b>	A Study of Factors and Local Wisdom of Bamboo Wickeework for Design
<b>Student</b>	Miss Kamolratana Attabhanyo
<b>Student ID.</b>	59603097
<b>Degree</b>	Master of Industrial Product Education
<b>Program</b>	Technology of Industrial Product Design
<b>Year</b>	2019
<b>Thesis Advisor</b>	Dr.Suthasini Bureekhampun

## **ABSTRACT**

The objectives of this study were 1) to study factors influencing consumers' selection to purchase available bamboo wickerwork handicraft products. Population and sample of this study aged 20 years or above, earned monthly income of over 20,000 baht, who visited and selected to purchase handicraft products from OTOP exhibitions at IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani, BITEC Exhibition Centre Bangkok in Bangna and Baanlaesuan Fair and Style Bangkok Fair 2018-2019 at Queen Sirikit National Convention Center. The sample size was determined based on Krejcie & Morgan's table. Total number of population and sample was 50. The questionnaire was used as the research instrument. 2) to study local handicraft wisdom of Traditional Bamboo Handicraft Center located in Phanat Nikhom District, Chon Buri. Population and sample of this study consisted of three experts in the area of Traditional Bamboo Handicraft Center located in Phanat Nikhom District, Chon Buri. Data were collected by semi-structured interview with open-ended questions. 3) To design bamboo handicraft products that would be consistent with consumers' needs in today's society. Population and sample consisted of three handicraft designing experts. The research instrument was evaluation scale of experts' opinions towards developed products. Data were analyzed through descriptive statistics to determine mean and standard deviation. 4 ) To evaluate the consumers' satisfactions. 50 consumers' satisfactions with the product designs were examined through conducting a survey and ranked to find the most impressive design.

The results of this research indicated that the main purpose of our purchasing the product was for personal usages. The respondents appreciated beautiful pattern of wickerwork products. In terms of factors influencing the purchase of bamboo wickerwork products, product quality had the highest mean score ( $\bar{x}$ = 4.82,S.D. = 0.48). By studying local handicraft wisdom of Traditional Bamboo Handicraft Center located in Phanat Nikhom District, Chon Buri, it was found that the products were quality and beautiful Resulting in more price. Traditional wickerwork patterns have been inherited from one generation to the next generation. Few

patterns have been newly developed. For different wickerwork patterns and product designed by the researcher, three experts' opinions towards the developed products could be summarized that Bag products in style1 (Clutch bag with Field pattern) was the highest suitable level ( $\mu=4.67, \sigma =0.14$ ), Wall Picture Products in style 2 (Fence pattern) was the highest suitable level ( $\mu=4.83, \sigma=0.14$ ) and Jewelry products Round earrings was the highest suitable level ( $\mu=4.75, \sigma=0.00$ ). Evaluate the consumers' satisfactions about products summarized that Bag products in Clutch bag with Field pattern and Round bag with Brick pattern have the highest suitable level at the same total score ( $\bar{x} = 4.45, S.D.= 0.09$ ) Wall Picture Products in Fence pattern have the highest suitable level( $\bar{x} =4.66, S.D.=0.17$ ) and Jewelry products Round earrings have the highest suitable level ( $\bar{x} =4.58, S.D.=0.07$ )

**Keywords:** Factors, Bamboo wickerwork, Local handicraft wisdom, Product design, Woven pattern

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ก็ด้วยความอนุเคราะห์จากดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้มีคุณภาพ และมีความเหมาะสมต่อการวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือในการเป็นกลุ่มตัวอย่าง ให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในการวิจัยนี้ได้เป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ด้วยความเคารพยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กมลรัตน์ อุตตปัญญา

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 ตัวแปรในการวิจัย.....	8
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2.3 แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และทฤษฎีส่วนแบ่ง ทางการตลาด (STP Model).....	16
2.4 งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่พื้นบ้านภาคกลาง.....	19
2.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายที่ใช้ในจักสานไม้ไผ่ และกรรมวิธีการผลิต.....	23
2.6 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี และรูปแบบผลิตภัณฑ์.....	49
2.7 แนวคิดของผลิตภัณฑ์ หลักการและทฤษฎีการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	64
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	72
บทที่ 3 วิธีดำเนินการงานวิจัย.....	76
3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน.....	76
3.2 เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอ พนสนิมคม จังหวัดชลบุรี.....	79
3.3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน.....	82
3.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่.....	87

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	91
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จักสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบัน.....	91
4.2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษามีปัญหาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือ จักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี.....	105
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน.....	125
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่.....	142
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	159
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	159
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	164
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	167
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป.....	168
บรรณานุกรม.....	169
ภาคผนวก.....	173
ภาคผนวก ก หนังสือราชการประกอบการดำเนินการวิจัย.....	174
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	181
ภาคผนวก ค ผลการออกแบบและแบบแสดงการเขียนแบบเพื่อการผลิต.....	203
ภาคผนวก ง หนังสือตอบรับบทความตีพิมพ์งานวิจัย.....	210
ภาคผนวก จ หนังสือการจดสิทธิบัตร.....	212
ประวัติผู้เขียน.....	228

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงลายแม่บท.....	32
2.2 แสดงลายพัฒนา.....	33
2.3 แสดงลายประดิษฐ์.....	34
2.4 แสดงวิธีสานลาย.....	35
2.5 แสดงการมัดหวาย.....	38
2.6 แสดงชนิด และคุณลักษณะของไผ่.....	39
2.7 แสดงการจำแนกไผ่.....	40
2.8 แสดงลักษณะของไผ่แต่ละชนิด.....	40
2.9 แสดงข้อมูลของไผ่ซาง หรือไผ่ซางนวล.....	42
2.10 แสดงขั้นตอนพื้นฐานการผลิตงานหัตถกรรมจักสานทั่วไป.....	49
2.11 แสดงกรรมวิธีการผลิตหัตถกรรมจักสาน ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไผ่ อำเภอพุนสนิม จังหวัดชลบุรี.....	56
2.12 ตารางแสดงประเภทผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไผ่ อำเภอพุนสนิม จังหวัดชลบุรีที่มีการผลิต.....	57
2.13 ตารางแสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไผ่ อำเภอพุนสนิม จังหวัดชลบุรี.....	59
3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูล และออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไผ่.....	80
3.2 ขั้นตอนในการดำเนินงาน.....	84
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	92
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่.....	93
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่.....	94
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่ที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน.....	94
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่หลังจากมีการพัฒนารูปแบบแล้ว.....	95
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่หากมีการพัฒนาตามแบบที่ต้องการ.....	95
4.7 แสดงจำนวนร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการ หากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่.....	96
4.8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไผ่.....	96

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่ต้องการให้มีในสายจักสาน.....	97
4.10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่.....	98
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่.....	99
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ของหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่.....	100
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 2 ด้านราคาของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่.....	101
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่.....	102
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาดของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่.....	103
4.16 ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตามเกณฑ์การแบ่งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี.....	107
4.17 ตารางแสดงจำนวนค่าร้อยละของรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี.....	109
4.18 แสดงลวดลายจักสานที่พบในผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี.....	130
4.19 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มของกระเป๋าในปี 2018-2019 จากการศึกษาและสำรวจโดยอิงกับเทรนการออกแบบกระเป๋า.....	131
4.20 แสดงลักษณะและประเภทของเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน.....	129
4.21 ผลการประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.....	137
4.22 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.....	139
4.23 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์รูปภาพเพื่อประดับตกแต่งของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.....	140
4.24 ผลการประเมินแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.....	141
4.25 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ(ต่างหู) ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.....	142
4.26 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	143
4.27 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า.....	145

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพ ระดับตกต่ำ.....	146
4.29 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ (ต่างหู).....	147
4.30 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทที่ ได้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด.....	148
4.31 แสดงการนำตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดมาพัฒนาโครงร่างในแต่ละส่วน.....	151
4.32 ผลการวิเคราะห์ตราสินค้าก่อนการออกแบบ.....	156
4.33 ผลการวิเคราะห์การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้สินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์.....	158

# สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ตัวอย่าง แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	19
2.2 จังหวัดภาคกลาง แบ่งตามกลุ่มวัฒนธรรม 4 ภาค.....	22
2.3 การเตรียมวัสดุ หรือการจัก.....	24
2.4 การถัก หรือการเก็บงาน.....	25
2.5 แสดงลักษณะการเก็บริมในตัว.....	37
2.6 ใฝ่นวล หรือ ใฝ่ชางนวล.....	43
2.7 เลื่อยคั่นธนู.....	46
2.8 มีดที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบ.....	47
2.9 ที่เสียดตอก.....	48
2.10 เหล็กหมาด.....	49
2.11 ชักเสียดหรือชักแป้น.....	49
2.12 แสดงเขตอำเภอทั้ง 10 อำเภอของจังหวัดชลบุรี.....	50
2.13 20ตำบลในอำเภอนันทนาค จังหวัดชลบุรี.....	52
2.14 กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ในตำบลนันทนาค.....	53
2.15 ใฝ่นวลที่นิยมใช้ในการจักสาน.....	54
3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่.....	86
3.2 ขั้นตอนในการดำเนินงาน.....	90
4.1 แสดงการสานลายดอกพิกุล ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่.....	120
4.2 แสดงไม้ใฝ่นวลก่อนและหลังการเตรียมวัสดุ.....	121
4.3 แสดงอุปกรณ์จักสาน ได้แก่ มีด, มีดจักตอก และคีมไม้.....	123
4.4 แสดงอุปกรณ์ชักเสียด.....	123
4.5 เครื่องตัดและเครื่องขัดกระดาษทรายที่นำเข้ามาใช้ทุ่นแรง.....	123
4.6 แสดงการตัดข้อใฝ่ แบ่งช่วงใฝ่ ขูดผิวชั้นนอกออกจนเห็นผิวชั้นใน และนำไปต้ม.....	124
4.7 แสดงการตากไม้ใฝ่นวลหลังจากการนำไปต้ม.....	125
4.8 แสดงการเตรียมขัดแยกขนาด และเตรียมตอกเพื่อนำไปย้อม.....	125
4.9 แสดงการย้อมสีเส้นตอก.....	126
4.10 แสดงการขึ้นรูปแบบอิสระ.....	126
4.11 แสดงการขึ้นรูปแบบมีต้นแบบ และแม่แบบหุ่นสานรูปทรงต่างๆ.....	127
4.12 แสดงกระบวนการผลิตหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่.....	128
4.13 แสดงภาพกระบวนการขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ.....	128
4.14 ภาพร่างรูปทรงของกระเป๋าที่ได้ทำการออกแบบ.....	131
4.15 ภาพร่างกระเป๋าที่ได้คัดเลือกมาแล้ว.....	132
4.16 แสดงลักษณะการตกแต่งผนังด้วยรูปภาพ.....	132
4.17 แสดงลักษณะแบบร่างของกรอบรูปภาพลายสานเพื่อประดับตกแต่ง.....	132
4.18 แสดงภาพร่างต่างหู.....	134

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.19 แสดงการถอดแบบโครงสร้างรูปทรง.....	136
4.20 แสดงลวดลายสานต้นแบบ.....	136
4.21 แบบร่างรูปทรงกระเป๋าแบบที่ 1-5.....	136
4.22 แสดงแบบร่างรูปทรงกระเป๋า 3 ทรงตามลำดับความเหมาะสม.....	137
4.23 ลายไม้ไผ่สาน 5 แบบที่ได้ทำการออกแบบ.....	138
4.24 แสดงรูปทรงกระเป๋าและลวดลายที่ออกแบบเพื่อประเมินลวดลายที่เหมาะสมในการนำไปทำ ผลิตภัณฑ์กระเป๋า.....	138
4.25 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์รูปภาพเพื่อการประดับตกแต่งและลวดลายที่ออกแบบเพื่อประเมิน ลวดลายที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์.....	139
4.26 แสดงแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่ได้ทำการออกแบบ.....	140
4.27 แสดงรูปทรงต่างหูและลวดลายที่ออกแบบเพื่อประเมินลวดลายที่เหมาะสมในการนำไปทำ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ(ต่างหู).....	141
4.28 แสดงภาพร่างของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด.....	149
4.29 แสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ KAMARA เปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	154
4.30 แสดงการวิเคราะห์ Quality Function Deployment (QFD).....	155
4.31 ความหมายของชื่อแบรนด์.....	156
4.32 ออกแบบโลโก้แบรนด์ “KAMARA” .....	157
4.33 แสดงขนาดและราคาของกระเป๋าผ้าสปันบอนด์ที่เลือกใช้ B4(ขนาด 36x33cm.).....	158

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

เครื่องจักสานของประเทศไทย ได้ถือกำเนิดมาจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมเกษตรกรรมซึ่งดำรงชีวิตแบบพึ่งพิงธรรมชาติ มีความจำเป็นต้องใช้เครื่องมือต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน ด้วยเหตุนี้ จึงใช้ภูมิปัญญาประกอบกับสิ่งของที่หาได้ใกล้ตัว มาประดิษฐ์คิดค้นให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ และมีการส่งต่อ ถ่ายทอดภูมิปัญญานั้นจากรุ่นสู่รุ่น เกิดการพัฒนาเรื่อยมาเพื่อประโยชน์ใช้สอยที่ดีที่สุด (มูลนิธิช่างไทย. 2538 : 70) เครื่องจักสานเป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยที่สืบทอดตกทอดเป็นมรดกที่มีคุณค่า สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาของคนในอดีต รูปแบบของงานหัตถกรรมจักสานในยุคแรกจึงมีลักษณะที่เรียบง่าย เน้นที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก เลือกใช้วัสดุที่หาง่ายตามธรรมชาติแต่แฝงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ในชิ้นงาน เครื่องจักสานพบได้ทั่วทุกภาคของประเทศไทย ผลิตภัณฑ์มากตามชุมชนต่างๆ ในชนบท ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์จักสานที่พบได้บ่อยที่สุดในเขตภาคกลาง เป็นเพราะไม้ไผ่สามารถขึ้นได้ในทุกพื้นที่ หาง่าย มีคุณสมบัติทนทาน มีความเหนียวเมื่อแช่น้ำ ชาวภาคกลางจึงนิยมนำมาทำเป็นเครื่องมือดักจับสัตว์น้ำ สุ่ม กระชัง หรือตะกร้าเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2539 : 42-44)

แม้ในปัจจุบันการพัฒนาในด้านต่างๆ ส่งผลให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานมีจำนวนลดลงกว่าแต่ก่อน แต่ก็ยังสามารถพบเห็นได้ทั่วทุกภาคของประเทศไทย ตามแหล่งชุมชนใหญ่ๆ ที่ได้มีการสืบทอดรักษาไว้ โดยมีการรวมตัวกัน จัดตั้งเป็นกลุ่มหรือศูนย์ขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนเป็นจำนวนมาก ตลอดจนจนเป็นการเผยแพร่ความรู้ด้านงานหัตถกรรมจักสานให้แก่ชุมชน หรือผู้ที่สนใจได้เรียนรู้และสืบทอดงานหัตถกรรมจักสานให้ติดตัวไปในอนาคต (นัฐธีรนนท์ รอดชื่น. 2560 : 13) การทำเครื่องจักสาน เป็นงานหัตถกรรมท้องถิ่นของอำเภอพนสนิมคม มีมาแต่ดั้งเดิมพร้อมกับการเกิดชุมชน เนื่องจากชาวบ้านส่วนหนึ่งของอำเภอพนสนิมคม เป็นชาวลาวอพยพมาจากอาณาจักรลาว ในปีพ.ศ. 2371 ในสมัยนั้นชาวบ้านในอำเภอพนสนิมคม มีความสามารถในการจักสาน ทั้งผู้ใหญ่และเด็กต่างได้รับการถ่ายทอดวิชาจักสานสืบทอดต่อกันมาหลายชั่วอายุคนจากบรรพบุรุษ ซึ่งงานหัตถกรรมจักสานของชาวบ้านอำเภอพนสนิมคม แต่ก่อนนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ ไม่มีการผลิตเพื่อจำหน่าย จนในปีพ.ศ. 2521 สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถได้มีพระประสงค์ให้งานจักสานเป็นงานละเอียดอ่อน มีความประณีตสวยงามมากยิ่งขึ้น ทางคุณปราณี บริบูรณ์ หัวหน้ากลุ่มสตรีจักสานพนสนิมคมในขณะนั้น ผู้ที่ทรงรักให้กลุ่มแม่บ้านที่ว่างเว้นจากการทำไร่ ทำนาในเขตอำเภอพนสนิมคม ได้มีอาชีพเสริมและสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว จึงรับสนองพระราชประสงค์ด้วยการเปิดบ้านของตนเอง สอนจักสานเพื่อฝึกช่างฝีมือชั้นเยี่ยม และขยายงานด้านหัตถกรรมให้แพร่หลายนับแต่นั้นเป็นต้นมา (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. 2542 : 34-35) จนในปัจจุบันชาวบ้านอำเภอพนสนิมคม ได้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่มีคุณภาพ มีความโดดเด่นในเรื่องของความสวยงาม มีความละเอียดและปราณีตสูง ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานพนสนิมคมนี้ ได้ผ่านเกณฑ์รับรองมาตรฐานต่างๆ และได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 5 ดาว (OTOP 5 ดาว) มาหลายปีซ้อน มีชื่อเสียงโด่งดังทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ แต่เมื่อศึกษาเชิงลึกลงไปถึงกลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของอำเภอพนัสนิคม ล้วนแล้วแต่เป็นชาวต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าในประเทศไทยยังมีอยู่น้อยมาก จากสถิติยอดขายในปีพ.ศ.2555-2559 แสดงให้เห็นถึงยอดขายภายในประเทศที่ตกลงอย่างเห็นได้ชัด เหลือเพียงร้อยละ 13 ในปีพ.ศ.2559 ซึ่งแตกต่างกับยอดส่งออกต่างประเทศที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนในปีพ.ศ.2559 สูงขึ้นถึงร้อยละ 87 จากยอดขายทั้งหมด ซึ่งทางศูนย์ได้พยายามสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นยอดขายของกลุ่มลูกค้าชาวไทย แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ (คมกฤช บริบูรณ์. 2 ตุลาคม 2560 : สัมภาษณ์) และในเวลานี้ สมาชิกกลุ่มที่ทำงานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุด้วยกันทั้งสิ้น ขณะที่คนรุ่นใหม่ไม่สนใจจะมาทำงานประเภทนี้ เพราะเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความอดทนสูงและทำได้ยาก อีกทั้งรายได้น้อยเมื่อเทียบกับการไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม จึงกังวลว่าในอนาคตจะขาดแคลนผู้ผลิตและศิลปหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่จะสูญหายไป (ปราณี มูลผลา. 2 ตุลาคม 2560 : สัมภาษณ์)

ถึงแม้จะมีการรวมกลุ่มผู้ผลิตกันในปัจจุบัน แต่ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน กลับไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร มีเพียงประชาชนไทยส่วนน้อยเท่านั้นที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในชีวิตประจำวัน อาจเป็นเพราะสถานที่ในการเลือกซื้อสินค้า ที่ไม่สามารถเลือกซื้อหาได้เองทั่วไป ปัจจัยในเรื่องของราคา หรืออาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นไปที่ความสวยงาม เพื่อใช้เป็นของที่ระลึกแต่เพียงอย่างเดียว หรือเป็นการผลิตหัตถกรรมจักสานขึ้นเพียงเพราะเป็นสิ่งที่ทำสืบทอดกันมาตามความคุ้นชินในอดีต ไม่ยินดีต่อการปรับเปลี่ยนแปลง ยังใช้รูปแบบเดิมและทำซ้ำกันทั่วไป ขาดรูปแบบใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค จึงทำให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ มีกลุ่มผู้บริโภคที่เฉพาะกลุ่มลงไปเท่านั้น (ธันยัมย์ เจียรกุล. 2557 : 182-184) การขาดการคำนึงถึงการสร้างสรรค์ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง และการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยโดยรวม อีกทั้งยังขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถสื่อสารและจูงใจให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหันมาสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาใหญ่ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ไทย (ดา นานาวิน. 2559 : 9-10) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของ คุณพิมพ์พาพรรณ ชาญศิลป์ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของไทย ที่เกิดการอ้อมตัวในปัจจุบันนั้น เกิดจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความร่วมสมัย ผู้ผลิตเองขาดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงพบเห็นแต่รูปแบบเดิมๆ หากไม่มีการคิดค้นพัฒนาแก้ไขอย่างจริงจัง ก็อาจก่อให้เกิดการสูญสลายของงานศิลปหัตถกรรมจักสานในอนาคตได้ (เกษวลี ทองเนื้อสุข. 2554 : 15-17)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของค่านิยม สังคม และวัฒนธรรมในปัจจุบัน ผู้ผลิตชาวบ้านที่ผลิตงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ยังประสบปัญหาความไม่เข้าใจในความต้องการของตลาด ทำให้ขาดความเข้าใจในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ มีความเสี่ยงต่อการสูญสลายของศิลปหัตถกรรมจักสาน นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อเนื่องไปยังชุมชน ประชาชนที่ประกอบอาชีพจักสาน จะละทิ้งถิ่นฐาน เกิดการไหลบ่าเข้าสู่เมืองหลวง เกิดความเสื่อมถอยทางเศรษฐกิจของประเทศสืบเนื่องต่อไป เห็นได้ว่างานศิลปหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำมาศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย มีความหลากหลายในเรื่องของสี สัน รูปแบบ ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ สามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการ เป็นการกระตุ้นยอดขาย และปรับทัศนคติให้ผู้บริโภคในปัจจุบัน หันมานิยมของไทย ใช้ของไทยกันอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ด้วยเหตุดังกล่าววิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ จัดทำขึ้นเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน แล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจได้นำความรู้ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างอาชีพ และกระจายรายได้ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน

1.2.2 เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

1.2.3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

1.2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

## 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

รายละเอียดของกรอบการวิจัย แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.3.1 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550 : 67) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 35-36) มาใช้เป็นกรอบการวิจัยเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการใช้การวิเคราะห์ตามหลักการและทฤษฎีที่น่าเชื่อถือ โดยการใช้การแทนค่าด้วยตัวเลข และมีการประมวลผลที่ถูกต้องตามหลักการทางคณิตศาสตร์ ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และแม่นยำ

ซึ่งการศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานนี้ จะทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถนำมาปรับใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

1.3.2 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

เป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมของกลุ่มผู้ผลิต ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบ โดยใช้กรอบแนวคิดของการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานภาคกลาง ของ (วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2532 : 90) ประกอบด้วย

- (1) รูปแบบ
- (2) ลวดลายจักสาน
- (3) ประโยชน์ใช้สอย
- (4) วัสดุ
- (5) กรรมวิธีการผลิต

### 1.3.3 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

กรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เลือกใช้หลักการออกแบบของ (สิทธิศักดิ์ ธีรศรีสวัสดิ์กุล. 2559 : 136) โดยพิจารณาจาก

- (1) ความสวยงาม
- (2) สี
- (3) การจัดวางลวดลาย
- (4) ความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์
- (5) ประโยชน์ใช้สอย

### 1.3.4 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษามาจาก คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่จะมาเป็นตัวกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณสมบัติครบถ้วนตามจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆที่ควรมีในผลิตภัณฑ์นั้น (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 21-22) โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้

(1) ความแปลกใหม่ (Innovation) ความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ควรเป็นสิ่งที่ไม่ซ้ำซากมีการนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่างๆเช่นความสวยงามประโยชน์ใช้สอยรูปแบบหรือวัสดุ เป็นต้น

(2) มีที่มา (Story) ผลิตภัณฑ์มีที่มาที่มีความคิดรวบยอดของการออกแบบให้ผู้บริโภคทราบถึงเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น

(3) ราคาพอสมควร (Price) หมายถึงราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะต้องอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลออกมาก่อนที่จะเริ่มทำการออกแบบผลิตภัณฑ์

(4) มีอายุการใช้งาน (Design Life) อายุของการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทนทานต่อสภาพการใช้งานเหมาะสมกับระยะเวลาหรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือราคาที่กำหนด

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย แปลกใหม่มากยิ่งขึ้น ตรงกับความต้องการผู้บริโภคในปัจจุบัน และยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานต่อไป ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

#### 1.4.1 ขอบเขตการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน

##### 1.4.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เข้าชมและเลือกซื้อสินค้า

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเนื่องจากจำนวนผู้เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงก์คอกแฟร์ 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้นไม่สามารถทราบจำนวนผู้เข้าชมที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากตารางขนาดตัวอย่างประชากรของโคเฮน มาเนียน และมอร์ริสัน (Cohen, Manion&Morrison. 2000 : 95 อ้างถึงใน พิสนุ พงศ์ศรี. 2553 : 111) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 1 ที่จะยอมรับได้

##### 1.4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ที่ถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน ที่ผู้วิจัยออกแบบมาโดยใช้เทคนิคตามแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550 : 67) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 35-36) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยมีข้อเสนอแนะในตอนท้าย และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยใช้วิธีหาค่า IOC และความถูกต้องของภาษาซึ่งต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5

##### 1.4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้ง 2 แบบด้วยกันดังนี้

(1) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ทำแบบสอบถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน

(2) จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารต่างๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

##### 1.4.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน มาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นหมวดหมู่ในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าร้อยละ (Percentage) จึงนำผลที่ได้สรุปรวมเป็นข้อมูล

#### 1.4.2 ขอบเขตการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรี

#### 1.4.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญงานหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ภายในพื้นที่อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี โดยมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจักสานไม้ไผ่มาไม่ต่ำกว่า 8 ปี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรีจำนวน 3 ท่าน ซึ่งจำเป็นต้องมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจักสานไม้ไผ่มาไม่ต่ำกว่า 8 ปี โดยเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) ดังนี้

#### 1.4.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) แบบสำรวจ ผลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งใช้ในการเก็บข้อมูลของรูปแบบและชนิดของผลิตภัณฑ์จักสานต่างๆที่ศูนย์เป็นผู้ผลิต ลวดลายจักสาน และกระบวนการในการจักสานให้เป็นลวดลายต่างๆ โดยบันทึกลงในแบบบันทึก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ต่อไป

(2) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในศึกษาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งจะเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง เลือกใช้คำถามปลายเปิดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีกำหนดคำถามเบื้องต้นอย่างคร่าวๆก่อนที่จะสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูล เพื่อความหลากหลายของข้อมูลที่จะได้รับอีกทั้งยังใช้การกระตุ้นการสนทนาอย่างมีเป้าหมายแต่ครอบคลุมประเด็นที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์

#### 1.4.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้ง 2 แบบด้วยกันดังนี้

(1) การสังเกตการณ์ โดยการลงพื้นที่ที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่อำเภอพนสนนิคมจังหวัดชลบุรีโดยทำการบันทึกลงในแบบสำรวจไปพร้อมกับสังเกตการณ์ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ในพื้นที่

(2) แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างไปสอบถามแบบเจาะลึกเป็นรายบุคคลกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแนวคำถามสามารถปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม แล้วจึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ ให้ได้ข้อมูลที่จะใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี

#### 1.4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือโดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นหมวดหมู่ซึ่งเลือกใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณานำผลมารวบรวมเป็นหลักในการศึกษาต่อไป

### 1.4.3 ขอบเขตการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

#### 1.4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องมีคุณสมบัติด้านประสบการณ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี

จำนวน 3 ท่าน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2550 : 125)

#### 1.4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เลือกใช้แบบสอบถามความคิดเห็น ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้ ออกแบบขึ้นใหม่ ซึ่งได้จัดทำแบบร่างผลิตภัณฑ์และแบบสอบถาม เพื่อนำไปสอบถามความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด โดยใช้แบบประเมินค่ามาตรฐาน 5 ระดับ (Rating Scale) ได้แก่ มีความเหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย และเหมาะสมน้อยที่สุด

#### 1.4.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามความคิดเห็น จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล และนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

#### 1.4.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด.2535 : 100) ซึ่งมีช่วงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็น ดังต่อไปนี้ มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเหมาะสมมาก มีความเหมาะสม ปานกลาง มีความเหมาะสมน้อย และมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

1.4.4 ขอบเขตการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

#### 1.4.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อ เดือนมากกว่า 20,000 บาท ที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้า

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ได้แก่ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมี รายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเนื่องจาก จำนวนผู้เข้าชมและเลือกซื้อสินค้า ภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แวงค์คอกแฟร์ 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้น ไม่สามารถทราบ จำนวนผู้เข้าชมที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากตารางขนาดตัวอย่าง ประชากรของโคเฮน มาเนียน และมอร์ริสัน (Cohen, Manion&Morrison. 2000 : 95 อ้างถึงใน พิสนุ พงศ์ศรี. 2553 : 111) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 1 ที่ จะยอมรับได้

#### 1.4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้ ออกแบบขึ้นใหม่ เลือกใช้เป็นแบบประเมินมาตรฐาน 5 ระดับโดยกำหนดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คือความพึงพอใจระดับมากที่สุดความพึงพอใจระดับมากความพึงพอใจระดับปาน กลางความพึงพอใจระดับน้อยความพึงพอใจระดับน้อยที่สุดและใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงของ เนื้อหาโดยใช้วิธีหาค่า IOC และความถูกต้องของภาษาซึ่งต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5

### 1.4.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ทั้ง 5 ด้านเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

### 1.4.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เลือกใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100) แล้วจึงนำผลที่ได้สรุปรวมเป็นข้อมูลเพื่อแนวทางการศึกษาและพัฒนาต่อไป

## 1.5 ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่  
ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

## 1.6 นิยามศัพท์

**การศึกษา** หมายถึง การค้นคว้า การแสวงหาความรู้ ในสิ่งต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัย เพื่อนำความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

**ภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำด้วยไม้ไผ่ จากฝีมือ ความคิด ภูมิปัญญาของกลุ่มผู้ผลิต ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี

**ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่** หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี

**เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใดก็ตามที่เกิดจากการ ชัด สอด สาน ม้วน พัน ด้วยวัสดุที่ทำจากไม้ไผ่

**การออกแบบผลิตภัณฑ์** หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม โดยประยุกต์กับข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ทฤษฎี และหลักการออกแบบ

**การพัฒนาผลิตภัณฑ์** หมายถึง การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เดิม ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการวิจัย มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการออกแบบ

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้ไผ่

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกชอบและเห็นด้วย โดยสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง อันจะมีผลให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ โดยมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ในด้านบวก สามารถพิจารณาได้จากประเด็นเป็นรายด้านที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆที่ควรมีในผลิตภัณฑ์ คือด้านความแปลกใหม่ และผลิตภัณฑ์ที่มีที่มา ราคาที่พอสมควร และความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ด้านมีอายุการใช้งาน

## บทที่ 2

# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาภาคเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และกฎเกณฑ์ โดยการจำแนกข้อมูล สังเคราะห์ วิเคราะห์และประมวลความรู้เข้าด้วยกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในขั้นต่อไป ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และทฤษฎีส่วนแบ่งทางการตลาด (STP Model)
- 2.4 งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่พื้นบ้านภาคกลาง
- 2.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายที่ใช้ในจักสานไม้ไผ่ และกรรมวิธีการผลิต
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี
- 2.7 แนวคิดของผลิตภัณฑ์ หลักการและทฤษฎีการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

วชิรวรรณ งามละม่อม (2558 : 45-46) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538 : 41-42) กล่าวถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมได้รับความนิยม ที่มักใช้ในการจัดกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภค การแบ่งตลาด เนื่องจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยบ่งชี้ตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และเป็นตัวชี้วัดด้านประชากรศาสตร์ที่มีความง่าย ชัดเจน และสะดวกต่อการตัดกลุ่ม ดังนี้

**1. อายุ (Age)** นักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากการแบ่งแยกอายุของผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์ หรือศึกษาความต้องการในสินค้าของผู้บริโภคได้ศึกษา การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เนื่องจาก ผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการเลือกซื้อสินค้า มีความจำเป็นต่อสินค้าที่แตกต่างกัน เช่น วัยเด็กจะมีความต้องการสินค้า ที่ต่างกับวัยผู้สูงอายุ เป็นต้น

**2. เพศ (Sex)** ถือเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งความแตกต่างของเพศเป็นตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะของเพศที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในปัจจุบันสามารถอธิบาย และแยกแยะการตอบสนองของผู้บริโภคที่แตกต่าง

กันได้ค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากเพศชาย และเพศหญิงจะมีค่านิยม ความคิด วิธีคิด วิธีการตัดสินใจ และทัศนคติที่แตกต่างกันในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

**3. สถานภาพการสมรส (Marital Status)** ประเภทของสภาพสมรสจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล เนื่องจากวิธีคิด ทัศนคติ ความจำเป็น หรือแนวทางการตัดสินใจ หรือบุคคลที่มีอิทธิต่อความคิดของบุคคลจะมีความแตกต่างกันตามแต่สภาพการสมรส เช่น บุคคลที่มีสถานภาพโสดจะมีอิสระทางความคิด สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองเพียงลำพัง การตัดสินใจต่างๆ ได้อิสระและใช้เวลาน้อยกว่าคนที่สมรสแล้ว เป็นต้น

**4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation)** การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ด้านรายได้อย่างเดียว อาจไม่เหมาะสมต่อการศึกษาคลาด คือรายได้จะกลายเป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อ สินค้าของผู้บริโภค ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว การเลือกซื้อสินค้าอาจจะมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา รสนิยมส่วนตัว เป็นต้น นักการตลาดส่วนใหญ่จึงมักใช้ตัวแปรด้าน รายได้ รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ตัวอื่นๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้นี้อาจเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพร่วมกัน เป็นต้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจุบันแนวความคิดทางการตลาดมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญทำให้ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ของตนและเกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ในที่สุดเป็นการรักษาลูกค้ารวมทั้งสามารถขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นในการวางแผนการสื่อสารการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้ได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviors) ไว้หลายท่านดังนี้

สมจิตร์ ล้วนจำเจริญ (2532 : 5-6) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆขึ้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 29 อ้างถึงในสิริลักษณ์ ปานศรี.2553) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนอยู่แล้วและซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Lamb, Hair และ McDaniel (2000 : 142 อ้างถึงใน ปฏิญญา ลาพเจริญวงศ์. 2550) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะอธิบายได้ถึงผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อและมีการใช้สินค้านั้นอย่างไร ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการรวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้า

Belch และ Belch (2001 : 107 อ้างถึงในสิริลักษณ์ ปานศรี.2553) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือกระบวนการและกิจกรรมต่างๆของคน โดยเริ่มตั้งแต่การค้นหาการเลือกการซื้อการใช้การประเมินค่าและเกิดการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เพื่อสนองต่อความต้องการและความปรารถนา ดังนั้นจึงพอสรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่าพฤติกรรม

ผู้บริโภคคือการกระทำใดก็ตามของคน ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการหลายขั้นตอนซึ่งประกอบด้วย การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การเลือกซื้อการประเมินคุณค่าในสิ่งที่ผู้บริโภคสนใจ

### 2.2.2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้สินค้าของผู้บริโภคนั้น มีขั้นตอนซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ มีรูปแบบและทฤษฎีมากมายที่พยายามอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยา สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา โดยนำมาประยุกต์ใช้กับทฤษฎีทางการตลาดเพื่อให้เข้าใจพื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการวางแผนการตลาดและเป้าหมายสูงสุดของธุรกิจ

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ(2544 : 59) กล่าวว่า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรมซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการและลักษณะของผู้บริโภค สำหรับใช้ในการวางแผนทางการตลาด จะทำได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมาย โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆดังนี้

#### 2.2.2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture factors) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540 :

อ้างอิงจากคอตเลอร์และอาร์มสตรอง) วัฒนธรรมเป็นมูลเหตุพื้นฐานที่สุดของพฤติกรรมความต้องการของบุคคลโดยพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้การรับรู้ความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐานจากครอบครัวและสถาบันทางสังคมคนทุกกลุ่ม และทุกสังคมมีวัฒนธรรมซึ่งวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อค่อนข้างมาก จากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง ดังนั้นนักการตลาดจึงพยายามให้ความสนใจต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะเป็นที่ต้องการ เช่น วัฒนธรรมของการดื่มชาของชาวจีนและชาวญี่ปุ่นที่แพร่หลายเข้ามาในประเทศไทยโดยเฉพาะชาเขียวกำลังเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน จึงเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกมาทั้งในรูปของเครื่องดื่ม ขนมปัง ไอศกรีม เป็นต้น

#### 2.2.2.2 ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540 : 48-50

อ้างอิงจากKotler.1997)

- กลุ่ม (Group) หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มีสัมพันธกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละคนหรือเป้าหมายร่วม พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม กลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อคนที่อยู่ในกลุ่มคือกลุ่มสมาชิก (Membership groups) ซึ่งในทางตรงข้ามกลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่ใช้เปรียบเทียบทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือใช้อ้างอิงเพื่อสร้างทัศนคติหรือพฤติกรรมของคน โดยบุคคลมักจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงที่ตนไม่ได้อยู่ในกลุ่ม เช่น หมูวัยรุ่นปัจจุบันนิยมบริโภคชาสมุนไพร มากกว่าการบริโภคกาแฟ ทำให้ร้านค้าประเภทเครื่องดื่มต่างเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีส่วนผสมชาสมุนไพรที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ ซึ่งผู้ที่บริโภคจะถือว่าตนเป็นคนตามกระแสนิยม เป็นต้น

- ครอบครัว (Family) จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อ นักการตลาดสนใจในบทบาทและอิทธิพลของบุคคลในครอบครัวซึ่งทำหน้าที่เป็นกลุ่มอ้างอิง ที่สมาชิกในครอบครัวอยากเอาอย่าง โดยเฉพาะบิดามารดาซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ให้สมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้สมาชิกเด็กก็มีความสำคัญ เพราะจะเป็นแรงกระตุ้นให้บิดามารดาซื้อ และครอบครัวจัดเป็นสถาบันที่ก่อให้เกิดการซื้อขายมากที่สุดด้วย

- บทบาทและสถานะ (Roles and Status) แต่ละคนอาจจะอยู่ในหลายกลุ่ม เช่น เมื่ออยู่ในครอบครัวมีบทบาทเป็นลูก อยู่ในโรงเรียนมีบทบาทเป็นนักเรียน เป็นต้น บทบาทจึงประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลถูกคาดหวังว่าจะกระทำออกมา โดยสิ่งที่กระทำจะขึ้นอยู่กับ

บุคคลที่ห้อมล้อมแต่ละบทบาทจะปฏิบัติตามสถานะ(Status) ซึ่งสะท้อนถึงการให้การยอมรับจากสังคม

**2.2.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) (ศิริวรรณเสวีรัตน์.2540 : 48-50 อ้างอิงจาก Kotler. 1997)**

- อายุ (Age) พฤติกรรมการซื้อหรือการตัดสินใจบริโภคของบุคคล ย่อมเปลี่ยนไปตามกาลเวลาที่ดำรงอยู่ เช่น เด็กทารกต้องการนมพอดเป็นวัยรุ่นชอบดื่มน้ำอัดลม เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ นิยมดื่มชาและกาแฟ เป็นต้น

- วัฏจักรชีวิต (Family life cycle) เป็นลำดับขั้นของครอบครัวที่สมบูรณ์ที่จะมีขึ้นตลอดเวลาโดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนใหญ่คือการเข้าสู่ชีวิตครอบครัว การกำเนิดบุตร และการเลี้ยงดูบุตร บุตรแต่งงาน และแยกไปตั้งครอบครัวใหม่ และการสิ้นสุดของวัฏจักรชีวิตครอบครัวซึ่งจะมีอิทธิพลเหนือความต้องการของผู้บริโภค

- อาชีพ (Occupation) อาชีพของบุคคลจะส่งผลต่อสินค้าและบริการที่ซื้อ โดยผู้ประกอบอาชีพที่ต่างกันจะมีความต้องการบริโภคสินค้าแตกต่างกันไป เช่น พนักงานบริษัทเอกชนจะแต่งตัวทันสมัยตามแฟชั่น ในขณะที่ข้าราชการต้องแต่งตัวให้สุภาพเรียบร้อย เป็นต้น

- สถานะทางเศรษฐกิจ (Economic situation) ก็คือรายได้ของผู้บริโภค สถานะทางเศรษฐกิจของบุคคลจะส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้มีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพงได้มากกว่าผู้ที่มีสถานะทางเศรษฐกิจไม่ดี เป็นต้น

- รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) คือแบบแผนการใช้ชีวิตของบุคคล จะวัดจากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) เมื่อบุคคลหนึ่งเป็นคนที่รักสุขภาพจะนิยมดื่มเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น นม ชาเขียว เป็นต้น ส่วนคนที่ทันสมัยที่ชอบสังสรรค์จะนิยมดื่มไวน์ กาแฟ น้ำอัดลม เป็นต้น

- บุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Personality and Selfconcept) คำว่าบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นอย่างมั่นคงและถาวร

**2.2.2.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) ปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 4 ปัจจัย ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยตรงเมื่อบุคคลได้รับแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกมากระตุ้น จะทำให้เกิดการรับรู้ต่อความต้องการนั้น เมื่อรับรู้แล้วจึงเกิดการเรียนรู้ในสิ่งนั้นๆ โดยการรับรู้จะเป็นกระบวนการในการกลั่นกรองสิ่งกระตุ้นที่ได้รับ ส่วนการเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการสะสมความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ที่ได้รับนั้น จะส่งผลให้เกิดความชอบและไม่ชอบในสิ่งนั้นๆด้วย สิ่งนี้เองที่ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติขึ้นมาและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่อไป (สุดาตวง เรืองรุจิระ. 2541 : 85-86) โดยมีรายละเอียดดังนี้**

- ความต้องการและแรงจูงใจ (Need and Motives) ได้กล่าวถึงสาเหตุเบื้องต้นในการซื้อผลิตภัณฑ์ว่า ผู้บริโภคจะต้องเกิดความต้องการเป็นแรงจูงใจ ให้กระทำการซื้อไปบำบัดความต้องการ และความต้องการของแต่ละบุคคลจะไม่เหมือนกัน เมื่อทราบว่าผู้ซื้อที่มีแรงจูงใจหรือความต้องการระดับใด นักการตลาดจะเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาใช้กระตุ้นความต้องการได้ถูกต้อง ซึ่งจะนำไปสู่การซื้อได้

- การรับรู้ (Perception) มีระดับความเร็ว-ช้าแตกต่างกัน บางคนเข้าใจเรื่องราวที่ผ่านเข้ามาได้รวดเร็ว แต่บางคนต้องการการบอกเล่าซ้ำๆ หลายๆ ครั้ง จึงจะรับรู้เข้าใจได้ การเสนอ

ข้อมูลเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อ จึงต้องศึกษาลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย และเลือกข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตลาดเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย และพฤติกรรมการรับรู้โดยไม่ตั้งใจเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม

- ทศคติ (Attitude) ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ผู้บริโภคมีทัศนคติไม่ดีต่ออาหารสำเร็จรูป ว่าเป็นอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนาการ ไม่สด เป็นของค้างมานาน ดังนั้นผู้บริโภคเลยนั้นย่อมจะไม่ซื้ออาหารสำเร็จรูปบริโภค เป็นต้น ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าใหม่ใดๆออกสู่ตลาด จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคให้ได้ โดยการทำให้เกิดการยอมรับ อาจมาจากการให้ข้อมูลหลายๆพร้อมตัวอย่าง หรือการสาธิตทดลองซ้ำๆจะช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

- การเรียนรู้ (Learning) นักจิตวิทยากล่าวถึงพฤติกรรมของคนเราว่าสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากการเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ ด้วยการกระทำซ้ำๆ เพื่อให้ได้ผลตอบสนองที่พอใจ เมื่อเกิดความต้องการใดๆจะพยายามทดลองหาวิธีบำบัดความต้องการ หากได้ผลเป็นที่พอใจจะทดลองทำซ้ำๆหลายๆครั้ง จนแน่ใจว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด ในทฤษฎีการเรียนรู้จะกล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นเหตุเป็นผล คือการถูกกระตุ้น (Stimulus) และการตอบสนอง (Response) ซึ่งนักการตลาดได้นำทฤษฎีนี้ไปใช้ ทำการส่งเสริมการตลาดกระตุ้นซ้ำๆด้วยโฆษณา การสาธิต เป็นต้น เป็นการกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์ที่พบเห็นนั้น

### 2.2.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) ถือว่าเป็นอีกกระบวนการหนึ่ง ที่มีความสำคัญมาก เพื่อที่นักการตลาดจะได้นำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ให้ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ.2544 : 66-67) ดังนี้

**2.2.3.1 การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition)** เป็นกระบวนการเริ่มต้นโดยที่ผู้บริโภคยอมรับปัญหาของตนเองและตระหนักถึงความต้องการต่อตัวสินค้า โดยมองว่าสินค้าประเภทนั้น เริ่มมีความจำเป็นสำหรับตน หรือสินค้าที่ใช้อยู่เดิมเสื่อมสภาพ

**2.2.3.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)** เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหาของตนเองแล้ว จะพยายามหาข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาของตนเองจากแหล่งต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 แหล่งด้วยกันคือ

- ข้อมูลจากแหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ การบอกเล่าจากผู้มีประสบการณ์จากครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนที่ทำงาน เป็นต้น

- ข้อมูลจากแหล่งธุรกิจ (Commercial Sources) ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์พนักงานขายสินค้า หรือการโฆษณา ณ จุดซื้อ เป็นต้น

- ข้อมูลจากสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่ ข่าวสารของทางราชการ องค์กรเอกชนหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารต่างๆ เป็นต้น (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. 2544 : 66)

- การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาประกอบการตัดสินใจในการประเมินทางเลือกไว้ ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภคเอง และสถานการณ์รอบข้าง หรือทั้งสองอย่างประกอบกันก็ได้

- การซื้อสินค้า (Purchase Action) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าตามที่ตนเองต้องการและได้ประเมินทางเลือกไว้ โดยผู้บริโภคจะต้องทำการตัดสินใจว่า ถ้าเขาซื้อสินค้านั้นจะสามารถบำบัดความต้องการ และความพอใจให้กับตัวเองได้หรือไม่ กระบวนการซื้อจะ

โยงไปสู่ขั้นของการตัดสินใจเลือกตัวผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ราคา ร้านค้าที่จะซื้อ ปริมาณสินค้าที่จะซื้อ เป็นต้น นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจตรงนี้ และพยายามให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนแก่ผู้บริโภค

- การประเมินผลหลังการซื้อสินค้า (Post Purchase Evaluation) หลังจากการใช้สินค้าแล้วผู้บริโภคก็จะทำการประเมินว่า สินค้าดังกล่าวสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองได้มากน้อยเพียงใด ถ้าผู้บริโภคเกิดความพอใจ เมื่อเขามีปัญหาอีกผู้บริโภคจะทำการซื้อสินค้านั้นทันที แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสินค้านั้นไม่สามารถแก้ปัญหาให้ผู้บริโภคได้ เขาย่อมเกิดความไม่พอใจและส่งผลให้เขาไม่ซื้อสินค้านั้นในครั้งต่อไป ผู้บริโภคก็จะต้องเริ่มต้นของกระบวนการต่างๆนี้อีกครั้ง จนสามารถแก้ปัญหาได้

## 2.2.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ (Decision Process of New Product)

(1) ทฤษฎีการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี เรียกกระบวนการการยอมรับซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับนำไปปฏิบัติโดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (Roger and Shoemaker.1987 : 76) การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึงกระบวนการทางจิตวิทยาที่เริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านขั้นตอนต่างๆ ก่อนถึงการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์สามารถแทรกการบริการเพื่อเพิ่มความสนใจและความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคยอมรับสินค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล.2559 : 90)

ขั้นที่ 1 การตระหนักในผลิตภัณฑ์ (Awareness Stage) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือการปฏิเสธสิ่งใหม่ๆ ซึ่งส่งผลให้อยากรับรู้หรือไม่อยากรับรู้ในขั้นตอนต่อไป

ขั้นที่ 2 การสนใจในผลิตภัณฑ์ (Interest Stage) เกิดจากการเริ่มมีความสนใจและเริ่มมีการหาข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นอาจขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในด้านต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพ ค่านิยมรวมไปถึงบรรทัดฐานทางสังคม

ขั้นที่ 3 การประเมินผลิตภัณฑ์ (Evaluation Stage) การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับว่าจะมีความคุ้มค่าหรือมีประสิทธิภาพที่ดีเพียงพอหรือไม่

ขั้นที่ 4 การทดลองบริโภค (Trail Stage) เป็นขั้นตอนในการทดลองในสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเองทั้งนี้เพื่อเป็นการประเมินเบื้องต้นว่าผลลัพธ์ที่ได้นั้นจะเป็นไปตามคาดการณ์หรือไม่ มีประโยชน์และประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ขั้นตอนนี้จะมีความสำคัญในการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป

ขั้นที่ 5 การยอมรับผลิตภัณฑ์ (Adoption Stage) เป็นการนำไปใช้อย่างทั้งหมดหลังจากขั้นการทดลองผลิตภัณฑ์และยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว

### ข้อแตกต่างระหว่างบุคคลในการยอมรับผลิตภัณฑ์

ความพร้อมและความกล้าในการทดลองสิ่งใหม่ๆ นั้นในแต่ละบุคคลมีไม่เท่ากันแต่ถ้าจะแบ่งผลิตภัณฑ์เป็นหมวดหมู่เพื่อแยกตามความต้องการของผู้บริโภคแล้วสามารถเห็นได้ว่ามีผู้บริโภคที่เป็นผู้บุกเบิกในแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปไม่มากก็น้อยการจำแนกกลุ่มผู้บริโภคตามอัตราความเร็วในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นสามารถจำแนกได้ตามเกณฑ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล.2559 : 91)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักริเริ่ม (Innovator) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 2.5

กลุ่มที่ 2 กลุ่มยอมรับเร็ว (Adaptor) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.5

กลุ่มที่ 3 กลุ่มทันสมัย (Early Majority) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 34

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตามสมัย (Late Majority) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 34

กลุ่มที่ 5 กลุ่มล่าสมัย (Laggard) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 16

การพิจารณาและวิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาดเป็นอันดับแรกส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์สภาพของผลิตภัณฑ์และหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไปเพื่อการสร้างโอกาสทางการตลาดและนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้อย่างดีขึ้น

### 2.2.5 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) (Kotler.2003 : 183-200 อ้างถึงในปฏิญญา ลากเจริญวงศ์.2550) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของตัวผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือเกิดการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้ จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจในการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้ เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่นภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

2. กล่องดำ หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัย

ต่างๆคือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Response) ประกอบด้วยขั้นตอนคือการรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อที่มีรายละเอียด ในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

## 2.3 แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และและทฤษฎีส่วนแบ่งทางการตลาด (STP Model)

### 2.3.1 แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2546 : 35-36) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ที่องค์กรจะต้องนำมาใช้ร่วมกัน การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการตลาดมาก เพราะการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้น จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมา ในอัตราส่วนที่พอเหมาะกัน

เสรี วงษ์มณฑา.(2542 : 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริภคยินดีจ่าย เพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมซื้อหา เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2543 : 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ซึ่งในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) หรือ(4P's) นั้นประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

**2.3.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอเพื่อขาย โดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า(Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

**2.3.1.2 ราคา (Price)** จำนวนเงินที่ต้องชำระเพื่อให้ได้สินค้า หรือบริการ หรือมีสิ่งที่มีค่าอื่นๆ ที่ผู้บริโภคต้องนำไปแลกเปลี่ยนกับประโยชน์ที่ได้รับจากการมีหรือได้ใช้สินค้าหรือบริการ (Kotler and Armstrong.1996) หรือเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ออกมาในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์และราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น โดยถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ

**2.3.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel)** หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยมีกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าประกอบด้วย (1) การขนส่ง (Transportation) (2) การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) และ (3) การบริการสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

**2.3.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคลเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมซื้อของผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คนซึ่งเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(Integrated Marketing Communication : IMC.) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations: PR) และการตลาดทางตรง (Direct marketing) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2546)

## 2.3.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด STP Model

ชัยเชษฐ โสพิมภา.(2558 : Online) STP Model คือเครื่องมือทางการตลาดที่วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะนำมาใช้ในประกอบการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้

ขั้นตอนของการใช้เครื่องมือ STP จะมีอยู่ 3 ส่วน คือ

**1. Segmentation** หมายถึง การแบ่งส่วนตลาด โดยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งเพื่อให้เห็นตลาดที่ชัดเจนก่อนที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถใช้อย่างง่ายในการแบ่งส่วนตลาดดังนี้

- แบ่งตามหลักประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) ซึ่งมีตัวแปรในการกำหนดส่วนตลาด คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา ขนาดของครอบครัว
- แบ่งตามหลักภูมิศาสตร์(Geographic Segmentation ) เป็นการวิเคราะห์พื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายว่าพื้นที่ในการทำการตลาดหรือขายผลิตภัณฑ์ควรเป็นที่ใด โดยมีตัวแปรในการแบ่งคือ ประเทศ ภูมิภาค จังหวัด พื้นที่ในจังหวัด เช่น ใจกลางเมือง หมู่บ้าน ชนบท
- แบ่งตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) แบ่งส่วนตลาดจากกลุ่มประชากรโดยใช้หลักจิตวิทยา มีตัวแปรที่ใช้ในการแบ่ง คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต ค่านิยม บุคลิกของผู้ใช้ ชนชั้นทางสังคม

- แบ่งตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ (Behavior Segmentation) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ของตลาดเป้าหมาย โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวัดผล คือ โอกาสของการใช้ ความถี่ในการใช้ อัตราการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า ความภักดีต่อสินค้า

**2. Targeting** หมายถึง การกำหนดตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่า ตลาดเป้าหมายโดยมีขั้นตอนในการเลือกตลาดเป้าหมายดังนี้

2.1 ประเมินสถานการณ์ตลาดโดยพิจารณาถึงขนาดของตลาด ความยากง่ายในการเข้าตลาด จำนวนคู่แข่งในตลาด ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาด ผู้นำตลาดคือใคร

2.2 เลือกตลาดเป้าหมายโดยการเลือกตลาดจะต้องมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ โดยวิธีเลือกตลาดจะมีดังนี้

2.2.1 มุ่งตลาดเฉพาะส่วนโดยใช้ผลิตภัณฑ์เดียว โดยมีสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายเดียวเท่านั้น การดำเนินธุรกิจในตลาดเฉพาะส่วนจะใช้ต้นทุนต่ำแต่มีความเสี่ยงสูงด้วยเช่นกัน

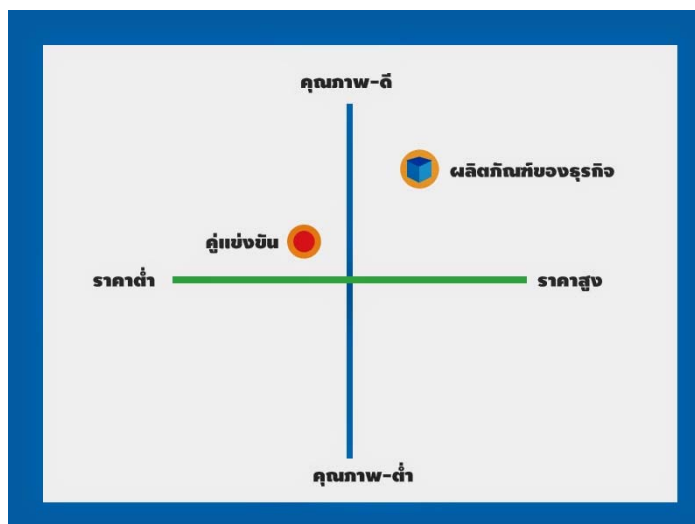
2.2.2 มุ่งตลาดหลายส่วนโดยใช้หลายผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจะมีสินค้าหรือบริการหลายอย่างที่สามารถตอบสนองให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยแต่ละตลาดจะมีความต้องการที่ต่างกัน ดังนั้นกลยุทธ์ที่ใช้จะต้องมีหลายกลยุทธ์เพื่อความสอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

2.2.3 มุ่งตลาดหลายส่วนโดยใช้ผลิตภัณฑ์เดียว อาศัยจุดเด่นหรือความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวแต่กระจายผลิตภัณฑ์ไปยังหลายๆตลาด อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ในการดำเนินการก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มลูกค้าด้วย

2.2.4 มุ่งตลาดส่วนเดียวโดยใช้ผลิตภัณฑ์หลายชนิด เจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายเพียงตลาดเดียวโดยศึกษาความต้องการของตลาดนั้นและนำสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการในนั้น

2.2.5 มุ่งตลาดรวม เป็นการขายสินค้าหลายประเภทให้กับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ซึ่งจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่ไม่เฉพาะเจาะจงกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการจัดการและทำการตลาด

**3. Positioning** หมายถึง การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยจะต้องมีการพิจารณาเรื่องจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ความทนทาน รูปลักษณ์ รูปแบบ ราคาของผลิตภัณฑ์ การใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ การซ่อมแซมสามารถทำได้ง่าย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดว่าเรามีอะไรที่ดีกว่าหรือด้อยกว่า เมื่อวิเคราะห์เสร็จสิ้นเราจะสามารถทราบได้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราอยู่ในตำแหน่งใดในตลาด หรืออาจสร้างแผนภาพเพื่อให้เห็นตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างด้านล่าง



ภาพที่ 2.1 ภาพตัวอย่าง แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

แผนภาพตัวอย่างดังกล่าวเป็นแผนภาพที่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ในธุรกิจมีราคาและคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งชั้น โดยกำหนดให้แกน X เป็นระดับราคา ส่วนแกน Y เป็นแกนที่แสดงถึงคุณภาพ อย่างไรก็ตามเราสามารถนำเกณฑ์ข้ออื่นๆมาเป็นมาตรวัดของทั้งสองแกนได้ เช่น ความทนทาน การใช้งานได้หลากหลาย เป็นต้น

ข้อสรุป : STP Model ช่วยให้ธุรกิจทราบถึงรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้เป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เมื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะช่วยประหยัดงบประมาณในด้านการตลาด ช่วยให้อยอดขายสูงขึ้นเพราะทราบถึงความต้องการที่แท้จริงจากตลาดเป้าหมาย ทราบถึงทิศทางในการวางแผนจัดการด้านต่างๆ ซึ่งประโยชน์ข้างต้นส่งผลให้ผู้ประกอบการประหยัดเวลาในการดำเนินงานและสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ง่ายขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวมา ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การวิจัยครั้งนี้จะใช้ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด STP Model มาเป็นส่วนสำคัญของการวิเคราะห์ประกอบกับการวิเคราะห์บ้านแห่งคุณภาพ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

## 2.4 งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่พื้นบ้านภาคกลาง

### 2.4.1 ความหมายของ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานหัตถกรรม

#### 2.4.1.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความหมายของคิดว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

เอกวิทย์ ฒ กลาง.(2540 : 11) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ความสามารถ ความคิด ความเชื่อ ความชัดเจนที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัวและดำรงชีพอยู่ในระบบนิเวศน์ หรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมที่ได้มีการพัฒนาสืบสานกันมา

กฤษณา วงษาสันต์.(2542 : 53) กล่าวว่า ภูมิปัญญาเป็นการเชื่อมโยงไปถึงประสบการณ์ความรู้ทางตรงของคนในท้องถิ่น ที่ได้จากการสะสมประสบการณ์จากการทำงาน การ

ประกอบอาชีพและการเรียนรู้จากธรรมชาติแวดล้อมต่างๆ และความจำเป็นในท้องถิ่นหรือชุมชน ในอันที่จะเป็นทางเลือกในการดำรงชีวิตของคนในทีนั้นๆ

จากความหมายที่กล่าวไปในข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง พิน ความรู้ องค์กรความรู้ ความสามารถและทักษะของประชาชนในสังคมนั้นๆ ที่สะสมขึ้นมาจาก ประสบการณ์ของชีวิต สังคม และในสภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน และถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็น วัฒนธรรม ช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวในการดำเนินชีวิต

#### 2.4.1.2 งานหัตถกรรม

ความหมายของงานหัตถกรรมได้มีผู้ให้ความหมายของงานหัตถกรรมไว้คล้ายคลึงกัน เช่น วิบูลย์ ลี้สุวรรณ.(2539 : 17) ให้ความหมายไว้ว่า คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจากฝีมือและภูมิปัญญา เพื่อใช้สอยให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิต

นวลลอ ทินานนท์.(2543 : 20) กล่าวไว้ว่า งานหัตถกรรมนั้นหมายถึง งานที่ ประดิษฐ์สร้างสรรค์ขึ้นมาจากฝีมือชาวบ้าน หรือเป็นงานที่ชาวบ้านสร้างขึ้น เพื่อการใช้สอยใน ชีวิตประจำวัน โดยใช้วัสดุธรรมชาติแสดงให้เห็นลักษณะของท้องถิ่น

นฤทธิ วัฒนภู.(2555 : 6) กล่าวไว้ว่า หัตถกรรม หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้า ด้วยมือ ใช้แรงงานคนเป็นปัจจัยการผลิต ฝีมือประณีต สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน เพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยและมีความงาม ซึ่งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น หากกล่าวโดยสรุป งานหัตถกรรมจึงหมายถึง การใช้มือ สร้างสรรค์ผลิตชิ้นงานจากความนึกคิดและประสบการณ์ของตนเอง ไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัว มีความ สบายที่เรียบง่าย ไม่สลับซับซ้อน เลือกใช้วัสดุที่หาง่ายภายในท้องถิ่นของตน และสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อการ ใช้สอยในชีวิตประจำวันตามสภาพสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและความเชื่อที่แฝงอยู่

ทั้งนี้ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ.(2539 : 215) ได้กล่าวไว้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาว่า การศึกษาศิลปหัตถกรรมต้องอาศัยการศึกษาปัจจัยแวดล้อมร่วมด้วย เนื่องจากศิลปหัตถกรรมถูกหล่อ หลอมมาจาก สภาพภูมิศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นส่วนประกอบ สำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อให้ศิลปหัตถกรรมนั้น สามารถเข้าใจได้ถึงแก่นแท้และมีความ สมบูรณ์พร้อมในการศึกษามากที่สุด

#### 2.4.2. คุณค่าของศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสาน

กรกช คำศรี.(2559 : 4-5) เครื่องจักสานเป็นหัตถกรรมที่มีคุณค่าในตัวเองเพราะใช้วัสดุดิบ จากตามธรรมชาติ ในด้านคุณค่าทางศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานทำขึ้นด้วยมือของมนุษย์ ซึ่งต่างจาก ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโรงงานจึงมีคุณค่าเฉพาะตัวในแต่ละชิ้น ลวดลายจากการสาน สอด ทอ ถัก และ รูปแบบเครื่องจักสานแสดงถึงลักษณะพื้นบ้านที่แตกต่างกัน

##### 2.4.2.1. คุณค่าด้านจิตใจ

คุณค่าด้านจิตใจ เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่มีคุณค่าอย่างยิ่งหนึ่งของไทยที่ สืบทอดกันมาแต่โบราณ เป็นงานหัตถกรรมที่ทำจากวัสดุที่หาได้ไม่ยาก ราคาไม่แพง และมีกรรมวิธีทำ ที่พื้นๆ โดยการสานด้วยมือเป็นหลักและใช้เครื่องมือเพียงไม่กี่ชิ้น ไม่มีขั้นตอนและกรรมวิธียุ่งยาก ซับซ้อนเหมือนงานหัตถกรรมประเภทอื่น

##### 2.4.2.2. คุณค่าด้านการใช้สอย

คุณค่าด้านการใช้สอย เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อ ใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องมือจับสัตว์ เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับ เครื่องใช้ตกแต่ง เครื่องใช้ ในบ้าน

### 2.4.2.3. คุณค่าด้านภูมิปัญญา

คุณค่าด้านภูมิปัญญา เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาชาวบ้านหลายอย่าง เช่น ความฉลาดในการเลือกใช้วัสดุแต่ละชนิด และนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการประดิษฐ์ที่สนองประโยชน์ ใช้สอยได้อย่างสมบูรณ์ลงตัว และประณีตสวยงาม แม้ปัจจุบันมีการใช้วัสดุสังเคราะห์หลายชนิด ไม่อาจจะทดแทนเครื่องจักสานบางอย่างได้

### 2.4.2.4. คุณค่าด้านศิลปะและความงาม

คุณค่าด้านศิลปะและความงาม คุณค่าสำคัญอีกประการหนึ่งของเครื่องจักสานไทย คือ คุณค่าทางศิลปะและความงาม เครื่องจักสานหลายชนิดมีรูปทรง โครงสร้าง และลวดลายที่ลงตัวงดงาม ยากที่จะหาเครื่องมือเครื่องใช้ประเภทอื่นที่สร้างด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่มาทดแทนได้ โดยเฉพาะการแสดงออกทางอารมณ์ของช่างจักสาน ที่ปรากฏให้เห็นในเครื่องจักสานแต่ละชนิดแตกต่างกันไป เครื่องจักสานบางชนิดแสดงให้เห็นอารมณ์ที่เยือกเย็นด้วยรูปแบบที่อ่อนช้อยและลวดลายที่ละเอียดประณีต

## 2.4.3 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ภาคกลาง

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ.(2540 : 30-47) ได้จัดกลุ่มแบ่งภาคของประเทศไทย ออกเป็นเพียง 4 ภาคได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคอีสาน และภาคกลาง ซึ่งเป็นการรวมเอาภาคตะวันออกของประเทศไทยเข้าไว้ด้วยกันเป็น 25 จังหวัด โดยจัดเอาจังหวัดชลบุรีรวมอยู่ในภาคกลาง หรือที่เรียกว่ากลุ่มที่ราบภาคกลาง ซึ่งภายในหนังสือมรดกศิลปะหัตถกรรมไทย เครื่องจักสานไทย ได้กล่าวไว้ว่า

ที่ราบภาคกลาง ได้แก่ บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำตอนกลางและตอนล่างทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำสาขาที่ไหลมาจากที่สูงหลายสายโดยรอบแล้วไหลผ่านส่วนกลางของภาค เพื่อลงสู่อ่าวไทยที่อยู่ทางตอนใต้สุดด้วยเหตุนี้ ภูมิประเทศของที่ราบภาคกลาง จึงเป็นที่ราบดินตะกอนที่มีความหนาของชั้นผิวดินที่เกิดจากการทับถม จนมีขนาดกว้างขวางมากที่สุดของประเทศไทยนอกจากจะมีที่ราบแล้ว ยังมีที่ราบลูกฟูกและเทือกเขาต่างๆหลงเหลืออยู่ทั่วไปในจังหวัด เพชรบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี และนครสวรรค์ด้วย โดยเฉพาะภูเขาหินที่ซึ่งอาจเคยเป็นเกาะมาก่อน โดยมีการสันนิษฐานว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของที่ราบภาคกลางในอดีตนี้ เคยอยู่ใต้ระดับน้ำทะเลต่อมา ระดับน้ำทะเลลดต่ำลงส่งผลให้พื้นดินยกสูงขึ้น รวมทั้งการกระทำของแม่น้ำหลายสายซึ่งมีทั้งการกัดเซาะ ทับถมและพอกพูนชั้นดินขึ้นจนทำให้กลายเป็นที่ราบอันกว้างใหญ่และเป็นแหล่งเกษตรกรรมสำคัญของประเทศในเวลาต่อมา



ภาพที่ 2.2 จังหวัดภาคกลาง แบ่งตามกลุ่มวัฒนธรรม 4 ภาค

ที่มา : <http://eservice.labour.go.th/dlpwMapWeb/map/central.jsp>.

สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2560

ภาคกลางสามารถแบ่งออกตามลักษณะภูมิศาสตร์ได้เป็น 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มภาคกลางตอนเหนือ ตั้งแต่จังหวัดพิจิตรจนถึงจังหวัดสุโขทัย ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศแตกต่างกันออกไป อาชีพและลักษณะจึงมีความแตกต่างกันไปบ้างเล็กน้อย อีกทั้งมีเขตแดนติดกับภาคเหนือ จึงมีการรับเอาอิทธิพลของทางภาคเหนือเข้ามาผสมผสานในงานศิลปหัตถกรรมของตนเองด้วย เช่น การทอผ้าขึ้นดินจก ของบ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย เป็นต้น
2. กลุ่มภาคกลางตอนกลาง บริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำป่าสัก ซึ่งในบริเวณนี้เป็นแหล่งเพาะปลูกที่มีความอุดมสมบูรณ์ที่สุดของประเทศไทยอาชีพหลักจะเป็นการทำนาแบบที่ลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านส่วนใหญ่จึงเป็นการจักสาน และงานโลหะบ้างบางแห่ง เช่นการทำเครื่องจักสานที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง เป็นต้น
3. กลุ่มภาคกลางทางทิศตะวันตก งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้ก็จะเป็งานจักสานไม้ไผ่พื้นบ้านเช่นเดียวกัน เช่น เครื่องจักสานราชบุรีและกาญจนบุรี ซึ่งกลุ่มภาคกลางทางตะวันตกนี้มีเชื้อสายลาวที่เรียกว่า พวกโซ่ง หรือไทยทรงดำ ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่อำเภอเขาชัยยอด จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มชนที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มของตน เห็นได้จากเครื่องใช้ต่างๆ เครื่องจักสาน และเครื่องนุ่งห่มก็ลักษณะแตกต่างออกไปด้วยเช่นกัน
4. กลุ่มภาคกลางทางทิศตะวันออก หรือฝั่งตะวันออกของอ่าวไทย ตั้งแต่จังหวัดปราจีนบุรีลงไป บริเวณนี้มีทั้ง การทำไร่ ทำนา ทำสวน และทำประมง ดังนั้นงานศิลปหัตถกรรมจึงแตกต่างกันไปจากบริเวณอื่นบ้าง เช่น การทอเสื่อของจังหวัดจันทบุรี หรือเสื่อจันทบูร และมีแหล่งจักสานชื่อดังอำเภอพนัสนิคมอีกด้วย

ภูมิประเทศของภาคกลางเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งจำเป็นต้องใช้เครื่องจักสานในชีวิตประจำวัน และยังเป็นสิ่งของที่สามารผลิตปัจจัยในการดำรงชีวิตได้เองเกือบจะสมบูรณ์ นอกจากนี้ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ความเชื่อของท้องถิ่น ก็เป็นเครื่องกำหนดรูปแบบของเครื่องจักสานด้วย ซึ่งเครื่องจักสานภาคกลางส่วนมากทำจากไม้ไผ่มากกว่าวัสดุอื่น ซึ่งแบ่งออกตามหน้าที่ใช้สอยเป็นประเภทต่างๆ

ประทุม ชุ่มเพ็งพันธ์.(2524 : 38-46) ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งกลุ่มของการสร้างงานศิลปหัตถกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านนอกจากจะแบ่งกันตามสภาพภูมิศาสตร์และการปกครองแล้วสามารถแบ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรม ตามสภาพวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันได้ เช่น ภาคกลาง อาจแบ่งออกเป็น

1. กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและป่าสัก ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อยุธยา อ่างทอง ปทุมธานี กรุงเทพฯ ฯลฯ
2. กลุ่มสาขาแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ ภาคกลางตอนเหนือ ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก พิจิตร เป็นต้น รวมไปถึง
3. กลุ่มภาคกลางทางชายฝั่งตะวันออก เช่น จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี
4. กลุ่มภาคกลางทางตะวันตก เช่นกลุ่มจังหวัดริมแม่น้ำท่าจีน และแม่น้ำแม่กลอง ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี เพชรบุรี เอาไว้ด้วยเป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงยึดเอาตามการแบ่งภาคตามสภาพวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน จัดให้จังหวัดชลบุรีอยู่ในภาคกลางของประเทศไทยตามที่วิบูลย์ ลี้สุวรรณ และประทุม ชุ่มเพ็งพันธ์ ได้ทำการจัดแบ่งเอาไว้เป็น 4 ภาค ได้แก่ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อการถ่ายทอดการเข้าใจที่ตรงกัน

## 2.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายที่ใช้ และกรรมวิธีการผลิต

### 2.5.1 เครื่องจักสานของไทย

วินัย วิริยะปานนท์.(2529 : 8) ได้กล่าวถึงเครื่องจักสานไว้ว่า เครื่องจักสานเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านอย่างหนึ่งที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน หรือเพื่อตอบสนองอารมณ์ความนึกคิด และแสดงออกมาในรูปของศิลปะตามความเป็นอยู่หรือความนิยมของท้องถิ่น รูปแบบและลักษณะเครื่องจักสานแต่ละท้องถิ่นจะแตกต่างกันตามความต้องการของประโยชน์ใช้สอยเครื่องจักสานบางท้องถิ่นสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ จนเป็นสัญลักษณ์ของพื้นบ้านนั้น

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ.(2532 : 8-12) กล่าวไว้ว่า เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์คิดหาวิธีการต่างๆขึ้นเพื่อใช้เครื่องมือ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยวิธี จัก สาน ถักและทอ เป็นหลักวิธีการในการทำเครื่องจักสาน และรูปแบบของเครื่องจักสาน ของแต่ท้องถิ่นทั่วทุกภาคของประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีรูปแบบและลวดลาย รวมไปถึงวิธีการทำที่คล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ จะแตกต่างกันไปบ้านตามภูมิศาสตร์และวัสดุที่เลือกใช้

การเรียกว่าเครื่องจักสานว่า จักสานนั้น เข้าใจว่าเป็นการเรียกตามวิธีการทำ เพราะกว่าจะมาเป็นเครื่องจักสานแต่ละชิ้น ต้องผ่านกระบวนการ จัก สาน และถัก เสมอ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การจัก คือ การเตรียมวัสดุ หรือการแปรรูปวัสดุให้ออกมาเป็นเส้น แฉก หรือริ้ว เพื่อจะนำมาสานในขั้นต่อไปได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ลักษณะของการจัก จะขึ้นอยู่กับลักษณะของวัสดุแต่ละ

ชนิด ซึ่งวิธีการจักจะแตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน เช่น การจักไม้ไผ่หรือหวายจะเรียกว่า “ตอก” ซึ่งการจักตอกไม้ไผ่นั้น แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะด้วยกันคือ

- ตอกพื้น คือการจักตามแนวไม้ไผ่ โดยมีผิวไม้ไผ่เป็นส่วนแบน
- ตอกตะแคง คือการจักโดยมีผิวไม้ไผ่เป็นส่วนสันตอก และอาจมีตอกในลักษณะอื่นอีกเช่น

ตอกที่จัก เหลลา มีลักษณะเป็นเส้นกลมๆ ตามลักษณะของความต้องการนำไปใช้งาน

การจักตอกนี้ ถือเป็นงานสำคัญขั้นแรกของการจักสาน เพราะลักษณะของตอกต้องประสานกับลวดลายและรูปทรงของเครื่องจักสานเพื่อสะดวกในการใช้งาน เช่น ส่วนกันภาชนะมักเป็นตอกป็นแบนๆ เพื่อสะดวกแก่การวางบนพื้นราบ เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 การเตรียมวัสดุ หรือการจัก

ที่มา : <http://rattan.raicyber.com/?p=1337> สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2560

2. การสาน เป็นกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่นำวัสดุธรรมชาติมาทำประโยชน์ โดยใช้ความคิดและฝีมือมนุษย์เป็นหลัก ในการสานลวดลายจะเลือกสานลายใดนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของรูปทรงและประโยชน์ในการใช้สอยเป็นสำคัญ ซึ่งการสานเครื่องจักสานโดยทั่วไปแล้ว สามารถจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

- การสานด้วยวิธีสอดขัด
- การสานด้วยวิธีการสอดขัดด้วยเส้นทแยง
- การสานด้วยวิธีขัดเป็นวง

นอกจากนี้อาจจะการดัดแปลงลวดลายที่แตกต่างออกไปเพื่อให้เกิดความสวยงามเพิ่มมากขึ้น เช่น ลายดอกพิกุล เป็นต้น

3. การถัก ในบางครั้งเรียกกันว่าการผูก เป็นกระบวนการประกอบที่ช่วยให้เครื่องจักสานสมบูรณ์ การถักเครื่องจักสาน เช่น การถักขอบของภาชนะจักสานไม้ไผ่ การถักหูภาชนะ เป็นต้น การถักส่วนมากจะเป็นการเสริมความแข็งแรงของโครงสร้างภายนอก เช่น ขอบ ขา ปาก ก้น ของเครื่องจักสาน และเป็นการเพิ่มความสวยงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.4 การถัก หรือการเก็บงาน

ที่มา : <http://rattan.raicyber.com/?p=1337> สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2560

ทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการทำเครื่องจักสานอย่างคร่ำๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่ไม่มีกรรมวิธีที่ซับซ้อนแต่อย่างใด แต่ในด้านความคิดสร้างสรรค์แล้ว การจักสานเป็นความคิดอันชาญฉลาดและเรียบง่ายของมนุษย์ มีระเบียบแบบแผนเป็นของตนเองอย่างง่ายๆ แต่กลับได้ผลสัมฤทธิ์ในการใช้ประโยชน์สูงสุดจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน

### 2.5.2 เครื่องจักสานภาคกลาง

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ.(2532 : 42-59) เครื่องจักสานต่างๆในภาคกลางมักจะมีความสัมพันธ์กับสภาพภูมิศาสตร์ของท้องที่และสอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งภาคกลางมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ มีอาณาเขตกว้างใหญ่กว่าภาคอื่นๆ จึงมีวัตถุดิบหลายชนิดที่สามารถนำมาจักสานได้เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศของภาคกลางมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งดินและน้ำ เป็นที่ราบลุ่มน้ำตอนกลางและติดชายฝั่งในบริเวณตะวันออกของอ่าวไทยด้วยบริเวณที่ราบลุ่มตอนกลางนี้เป็นแหล่งที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร และประชาชนส่วนใหญ่มักตั้งบ้านเรือนริมแม่น้ำ เกิดเป็นอาชีพจับสัตว์น้ำขึ้น ด้วยอาชีพทั้งสองส่งผลถึงการสร้างเครื่องมือเครื่องใช้จักสานเพื่อประกอบอาชีพ โดยเฉพาะในบริเวณที่โล่งแถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ทำจลิน และแม่กลอง จึงมักจะปลูกไผ่ไว้ตามหมู่บ้านและหัวไร่ปลายนา เพื่อนำมาใช้ทำเครื่องมือเครื่องใช้จักสานหลายชนิด นอกจากจะมีการเพาะปลูกขึ้นเองแล้ว ตามแนวภูเขาตะนาวศรี ในบริเวณจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี จนถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นแนวเขาที่มีป่าไผ่ไผ่อยู่เป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ในบริเวณภาคกลางจึงมีไผ่ไผ่เป็นวัสดุสำคัญของการทำเครื่องจักสาน เป็นผลให้เครื่องจักสานส่วนใหญ่ของภาคกลางทำขึ้นมาจากไผ่ไผ่ ส่วนเครื่องจักสานจากวัสดุอื่น เช่น ไบลาน ในตาล และหวาย ก็มีให้พบเห็นได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น กระชุกสำหรับใส่หมู ปลาตะเพียนสาน กอบ หมวก เป็นต้น ด้วยลักษณะภูมิประเทศของภาคกลางดังกล่าวแล้ว ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมความเชื่อของท้องถิ่น ก็เป็นเครื่องกำหนดรูปแบบของเครื่องจักสานด้วย

มาโนช กงกะนันท์.(2526 : 3) แบ่งเครื่องจักสานออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. เครื่องมือกสิกรรม
2. เครื่องมือจับสัตว์น้ำ
3. เครื่องใช้ภายในบ้าน
4. สิ่งของเบ็ดเตล็ด

วินัย วิริยะปานนท์.(2527 : 11) กล่าวไว้ว่า เครื่องจักสานภาคกลางส่วนมาก จึงมักทำจากไผ่ไผ่มากกว่าวัสดุอื่น ซึ่งแบ่งออกตามหน้าที่ใช้สอยเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1. เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ใช้เป็นภาชนะ ได้แก่ กระบุง กระจาด กระจ่าย กระบาย กระบอ กระพ้อม กระเชอ กระเช้า กระพอก ชะลอม ตะกร้อ บุงกี หลัว ตะกร้า แข่ง ฯลฯ
2. เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ใช้เป็นเครื่องตวง ได้แก่ กระชู่ สัด กระบุง ฯลฯ
3. เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ใช้ในครัวเรือน ได้แก่ พัด กระซอน ตะแกรง ผาชี กระดิ่ง หวด ฯลฯ
4. เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ใช้เป็นเครื่องประกอบอาคารบ้านเรือน ได้แก่ ผาบ่าน พื้นบ้าน ฯลฯ
5. เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ใช้เป็นเครื่องจับดักสัตว์และขังสัตว์น้ำ ได้แก่ ขนาง ลอบ สุ่ม ไซ กระบัง กระจู้ กระชัง ตะข้อง ตะแกรง จั่น ฯลฯ
6. เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ใช้เป็นเครื่องใช้อื่นๆ เช่น เสื่อลำแพน แผงรั้ว กรงนก สุ่มไก่ เป็นต้น เครื่องจักสานพื้นบ้านภาคกลางมักจะใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น รูปแบบของเครื่องจักสานภาคกลางยังมีรูปแบบที่แตกต่างไปจากภาค แสดงออกถึงความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น เครื่องจักสานที่ใช้สำหรับดักจับสัตว์น้ำ ที่มีรูปร่างตามสภาพภูมิประเทศ เช่น เครื่องจักสานที่ใช้ในแม่น้ำอย่าง กระชังเลี้ยงปลาจะมีขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นเครื่องจักสานที่มีขนาดใหญ่ที่สุดสานด้วยตอกไม้ไผ่ขนาดใหญ่ กว้างประมาณ 1-2 วา ยาวประมาณ 2-3 วา สานเป็นสี่เหลี่ยม มีฝาหรือไม่มีฝาก็ได้ ใช้ลอยในแม่น้ำลำคลอง โดยมีแพไม้ไผ่หรือลูกบวบไม้ไผ่เป็นหุ่นขนาบไม่ให้กระชังจม กระชังชนิดนี้ใช้เลี้ยงปลา จำพวกปลาสร้อย ปลาเทโพ และปลาบู่ เป็นต้น ถ้าเป็นกระชังขนาดเล็กกว่านี้จะใช้ขังปลาที่จับได้เอาไว้ขายหรือบริโภค นอกจากกระชังแล้วยังมีเครื่องจักสานจำพวก ลอบ ไซ ที่ใช้ดักจับสัตว์น้ำตามริมฝั่ง แม่น้ำลำคลอง มักมีขนาดใหญ่ตามความลึกความตื้นของแม่น้ำลำคลองที่ใช้เครื่องดักจับสัตว์น้ำนั้นๆ เช่น ลอบยี่น ขนาดใหญ่ใช้สำหรับดักปลาตามริมแม่น้ำลำคลองซึ่งจะสูงมาก ถ้าเป็นไซ อีจู้ สำหรับดักกุ้งตามลำคลองและทุ่งนา จะมีขนาดเล็กและเตี้ยกว่านอกจากเครื่องมือเครื่องใช้ในการดักจับสัตว์น้ำแล้ว ยังมีเครื่องจักสานที่ใช้ในครัวเรือนอีกหลายชนิด ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามประโยชน์ใช้สอย เช่น

**ตะกร้าหัวภาคกลาง** เป็นเครื่องจักสานที่ใช้ในครัวเรือนที่มีลักษณะพิเศษ มีลักษณะเฉพาะถิ่นของเครื่องจักสานภาคกลาง ตะกร้าหัวจะสานด้วยไม้ไผ่หรือหวาย มีรูปร่างกลมรีหรือกลมปากกว้าง ก้นสอบ ขอบจะถักด้วยหวายใช้สายสานปลาช่อน ด้านบนมีหูทำด้วยหวายหรือไม้ไผ่ และถักหุ้มด้วยหวาย ก้นตะกร้ามักเข้าขอบด้วยหวายและมีฐานไม้ไผ่รองรับเพื่อความคงทน ส่วนตัวตะกร้าจะสานด้วยตอกไม้ไผ่ ด้วยลายเฉลว รูปแบบของตะกร้าหัวภาคกลางนี้มีความงดงามที่เหมาะสมแก่เจาะลงตัว นับได้ว่าเป็นเครื่องจักสานที่มีความประณีตละเอียดละไมงดงามกว่าตะกร้าหรือกะต้ำของภาคอีสาน ตะกร้าหัวภาคกลางมักมีความแตกต่างกันไปบ้างตามความนิยมของท้องถิ่น ทั้งเรื่องของรูปร่าง ขนาด ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอยเช่น ตะกร้าหัว บริเวณจังหวัดอ่างทอง พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี สุพรรณบุรี นิยมใช้ตะกร้าหัวรูปร่างรี มีหูข้างบน ใช้เป็นตะกร้าหมากหรือเขียนหมากของคนชรา ใช้ไปทำบุญที่วัด ใช้เป็นตะกร้าใส่ของติดตัวในเวลาเดินทาง จึงมักจะสานอย่างประณีตงดงามเป็นพิเศษ แต่ถ้าเป็นตะกร้าผลไม้ของชาวสวนแถบจังหวัดนนทบุรีฉะเชิงเทราจะมีลักษณะแข็งแรงแสดงให้เห็นว่ารูปทรงและลักษณะของเครื่องจักสานจะขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ ส่วนความประณีตงดงามจะเป็นสิ่งรองลงไป

**งอบ** เป็นเครื่องสวมศีรษะที่ชาวบ้านใส่ออกไปทำงานกลางแจ้ง วัสดุหลายอย่างประกอบกัน ไม้ไผ่เป็นโครง ไบลานเป็นส่วนประกอบหลัก งอบเป็นเครื่องจักสานที่มีประโยชน์ใช้สอยสมบูรณ์อย่างยิ่งชนิดหนึ่งของไทย สามารถกันแดดและระบายความร้อนได้อย่างดี ซึ่งแหล่งผลิตที่สำคัญ อยู่ที่อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**กระบุง** มีลักษณะเช่นเดียวกับกับบุงหรือเปียดของภาคเหนือ แต่กระบุงภาคกลางจะมีรูปแบบที่แตกต่าง คือก้นกระบุง จะสานเป็นเหลี่ยมขึ้นมาสูงประมาณครึ่งหนึ่งของความสูงของกระบุง และมักใช้หวายหรือไม้ไผ่เข้าขอบประกบมุมทำให้กระบุงมีความแข็งแรงทนทาน และมีลักษณะเป็นเหลี่ยมมากกว่ากระบุงของทางภาคเหนือเพื่อความสามารถในการตั้งในที่ราบได้ดี และส่วนมากกระบุงภาคกลางจะมีขนาดใหญ่ ด้วยสภาพพื้นที่ของภาคกลางเป็นที่ราบ สามารถหาบน้ำหนักมากได้กระบุงภาคกลางใช้ใส่ข้าวของหาบไปตามท้องไร่ท้องนาได้สารพัด เช่น ใส่เมล็ดข้าว ถั่ว งา จนถึงสิ่งของอื่นๆ ที่ต้องใช้ใส่ในภาชนะที่ผิวที่บตัน

**เข่ง หรือ หลัวไม้ไผ่** เครื่องจักสานเป็นภาชนะสำหรับบรรจุของใหญ่ โดยสานให้อากาศผ่านได้ สานหยาบๆ ไม่ค้ำจนถึงความสวยงามจะเน้นหนักไปที่ประโยชน์ของการใช้สอยเสียมากกว่า มักจะสานด้วยไม้ไผ่สีสุกและไม้รวก ใช้ใส่สิ่งของหรือพืชผลที่มีขนาดใหญ่เช่น ผลแตงโม แตงไทย แตงกวา หรือมะพร้าว ทำกันมากในจังหวัดจังหวัดนครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี และเพชรบุรี

**ปลาตะเพียนสาน** เป็นเครื่องแขวน สำหรับแขวนไว้บนเปลเด็กสานด้วยใบลานหรือใบตาล เป็นรูปปลาตะเพียนตัวใหญ่หนึ่งตัวและมีลูกปลาทัวเล็กๆ ห้อยเป็นพวงอยู่ข้างล่าง ปลาตะเพียนสานจะมีรูปร่างลักษณะเลียนแบบมาจากปลาตะเพียนจริงๆ นอกจากนี้ยังมีเครื่องเล่นเด็กที่สานขึ้นจากใบไม้จำพวกใบลาน ใบตาล อีกหลายอย่าง ได้แก่ สานเป็นกำไลข้อมือ หมวก ตักแตน และกุง เป็นต้น แหล่งผลิตที่ใหญ่ที่สุด อยู่ที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**เครื่องจักสานอาสา** เป็นเครื่องจักสานภาคกลางที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นโดดเด่นของชาวบ้านตำบลโพหัก อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี เป็นเครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ขายหนุ่มอาสาสานให้หญิงสาวคนรัก เครื่องจักสานอาสานี้ จึงมีรูปทรงและลายสานที่งดงามเป็นพิเศษ ต่างจากเครื่องจักสานที่ใช้กันทั่วไป ซึ่งนอกจากมีประโยชน์ใช้สอยแล้ว เครื่องจักอาสายังเกี่ยวพันกับวัฒนธรรมของกลุ่มชนด้วย

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า ในทั่วทุกภาคของประเทศไทยสามารถพบเห็นการทำหัตถกรรมจักสานได้ทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่แล้ววัตถุดิบที่นำมาใช้ในการทำเครื่องจักสานของภาคกลางมักจะใช้ไม้ไผ่มากที่สุด เพราะวัตถุดิบที่หาได้ง่ายตามธรรมชาติ กระบวนการผลิตล้วนทำด้วยมือ สามารถสานขึ้นรูปได้เอง โดยไม่ต้องใช้เครื่องจักร เป็นการสานที่เรียบง่าย ไม่สลับซับซ้อนจึงสามารถผลิตขึ้นได้เองและนำมาใช้ในชีวิตประจำวันตามสภาพสังคมเกษตรกรรม เช่น ตักจับสัตว์ ของใช้ และนำมาเป็นวัสดุของอาคารสถานที่ เป็นต้น แต่ความแตกต่างของเครื่องจักสานมักเกิดจากความแตกต่างของแต่ละภูมิภาค ประเทศ ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ศิลปะวัฒนธรรม สภาพสังคมและภูมิปัญญาที่ผสมกันมาของแต่ละท้องถิ่น

## 2.5.3 โครงสร้าง รูปแบบสวดลาย ของเครื่องจักสาน

### 2.5.3.1 โครงสร้างของเครื่องจักสาน

วิธนะ วัฒนาพันธ์และคณะ.(2522 : 133-134 ) การสร้างรูปทรงของเครื่องจักสานแต่ละชนิด ต้องได้รับการออกแบบให้สัมพันธ์กันกับสวดลายที่จะใช้เพราะต่างก็สามารถส่งผลซึ่งกันและกัน เครื่องจักสานจัดอยู่ในประเภทโครงสร้างเปลือกบาง (Shell Structure) มีผนังเป็นรูปโค้ง (Curve Structure) ซึ่งอาจเป็นรูปทรงกระบอก(Cylindrical) หรือรูปพาราโบลา (Parabola) ความโค้งจะเป็นตัวบังคับให้รูปทรงมีกำลัง เทียบได้กับการม้วนกระดาษเป็นทรงกระบอก ซึ่งมักจะรับน้ำหนักได้มากกว่าแผ่นเรียบ ซึ่งโครงสร้างเครื่องจักสานประเภทภาชนะเครื่องใช้ สามารถแบ่งโครงสร้างได้ 2 ชนิดคือ

- โครงสร้างที่เกิดขึ้นจากลายของวัสดุที่ใช้ในการสานเป็นตัวบังคับรูปร่างให้คง

รูปทรงอยู่ได้

- โครงสร้างที่เกิดขึ้นจากวัสดุอื่นหรือวัสดุชนิดเดียวกันกับเครื่องจักสาน เข้ามาเสริมให้เครื่องจักสานคงรูปอยู่ได้

(1) โครงสร้างที่เกิดขึ้นจากลายของวัสดุที่ใช้ในการสานเป็นตัวบังคับทรงให้คงรูปทรงอยู่ได้สามารถแบ่งตามลักษณะของลวดลายที่ใช้เป็นโครงสร้างได้ 3 ลักษณะ คือ

(1.1) เครื่องจักสานที่ใช้โครงสร้างในตัวด้วยลายขัดกันธรรมดา(Twining & Wickerwork) โดยจะเริ่มสานจากส่วนกันก่อน สานเป็นแผ่นสี่เหลี่ยม กลม หรือรี มีดอกพุ่งออกมา รอบชิ้นงาน แล้วจึงโค้งตั้งขึ้นเป็นดอกแนวตั้ง หรือเส้นตั้ง (Vertical) เป็นโครงสร้างสำคัญที่ทำให้เครื่องจักสานคงรูปในแนวตั้งได้ ซึ่งจะมีเส้นขัดแนวนอน หรือเส้นนอน(Horizontal)เป็นตัวบังคับรูปทรงด้วยอีกครั้งหนึ่ง โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นเครื่องจักสานไม้ไผ่ที่มีเส้นตอกค่อนข้างแข็งเพื่อแรงคืนตัวและแรงยึดที่เกิดจากขัดกันจะทำให้เครื่องจักสานคงรูปอยู่ได้ ไม่ว่าจะเป็กรูปทรงใดก็ตาม นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับ ความถี่ ท่างของเส้นตอกด้วย ยิ่งถี่มากและเส้นเล็ก เกิดช่องว่างน้อยจะยิ่งแข็งแรง แต่เครื่องจักสานชนิดนี้จะไม่เก็บขอบ หรือไม่เม็ม (Finished) ด้วยตัวเอง มักจะใช้ขอบอื่นมาประกบเพื่อช่วยเรื่องความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น

(1.2) เครื่องจักสานที่ใช้โครงสร้างในตัวเองจากการขด (Coiling) โครงสร้างชนิดนี้จะต้องทำการเตรียมวัสดุเป็นเส้นบางหรือแผ่นเล็กๆเสียก่อน แล้วจึงนำมาม้วนขดเป็นวงกลม โดยเริ่มที่จุดศูนย์กลางแล้วจึงแผ่ออกเป็นวงกว้างออกไปด้านนอก ซึ่งใช้ตัวเชื่อมระหว่างเส้น (Binder) ให้ติดกัน ไม่ว่าจะติดกันจากการเย็บ (Sew) ถัก หรือปัก (Stitch) ให้ได้รูปทรงตามต้องการ ในการขึ้นรูปโครงสร้างเช่นนี้ มักจะเป็นวัสดุที่อ่อน ไม่มีแรงคืนตัวในตนเอง เช่น กก ปอ ผักตบชวา หรืออาจเป็นไม้ไผ่ที่ทำให้เป็นเส้นตอกเส้นบางๆเสียก่อน และจะเก็บริมด้วยตนเองได้ดี

(1.3) เครื่องจักสานที่ใช้โครงสร้างในตัวเองด้วยลายเส้นทแยง (Diagonal) โครงสร้างชนิดนี้จะใช้การยึดเกาะด้วยแรงขัดระหว่างกันเช่นเดียวกับลายขัด แต่จะมีช่องว่างระหว่างลายละเอียด จะซ้อนต่อกันจนแนบสนิทเกือบไม่มีรูช่องว่างเลย เพราะการขึ้นโครงสร้างชนิดนี้มักจะใช้ตอกบาง ลักษณะการสานคล้ายทอผ้า เส้นตอกแต่ละเส้นจะเอียงประสานสลับกันไปในตัว ไม่มีตอกตั้งและนอน ซึ่งจะมีลักษณะเป็นเครื่องจักสานโครงสร้างเปลือกบาง (Shell Structure) มีพื้นผิวเรียบ (Texture) และมักจะสานเป็นทรงกระบอกมากกว่าทรงอื่นเพราะมีรูปร่างบอบบางจะคงตัวได้ดีเฉพาะทรงกระบอก หรือนิยมใช้โครงสร้างภายนอกบังคับรูปทรงแทน เช่น กระดิ่ง กระจาด เป็นต้น เครื่องจักสานที่มีโครงสร้างแนวทแยงนี้ สามารถสานสลับทำให้เกิดลวดลายต่างๆได้มากมาย และมักใช้เป็นภาชนะที่ต้องการความทึบมาก ใช้สำหรับใส่สิ่งของที่มีความละเอียด เล็ก และต้องการความสวยงามเป็นพิเศษ

(2) โครงสร้างที่เกิดขึ้นจากวัสดุอื่นหรือวัสดุชนิดเดียวกันกับเครื่องจักสาน เข้ามาเสริมให้เครื่องจักสานคงรูปอยู่ได้โครงสร้างชนิดนี้เป็นโครงสร้างภายนอก ไม่ใช่ส่วนผนังหรือส่วนประกอบภายใน ใช้เพื่อเป็นตัวบังคับให้เครื่องจักสานนั้นๆคงรูปอยู่ได้ ซึ่งเป็นการเสริมความแข็งแรงของเครื่องจักสานเกือบทุกชนิด ในส่วนสำคัญ เช่น ก้น และปากของภาชนะ หรือขอบของเครื่องจักสานแบบแผ่นเรียบ เป็นต้น

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ.(2532 : 102) ได้แบ่งโครงสร้างที่สำคัญของเครื่องจักสานไว้ 3 ส่วนคือ

1. ส่วนก้น ถือเป็นจุดเริ่มต้น (Beginning) ของการสร้างรูปทรง ดังนั้นในส่วนนี้จะต้องมีโครงสร้างที่แข็งแรง เหมาะสมกับลวดลายและรูปทรงของเครื่องจักสาน จะใช้ลวดลายใดก็ได้แล้วแต่ชนิดของเครื่องจักสาน จะเป็นแบบโครงสร้างในตัวเองหรือเลือกใช้โครงสร้างภายนอกเสริมก็ได้

2. ส่วนกลาง เป็นส่วนผนัง หรือด้านข้างของภาชนะ จะมีโครงสร้างและรูปทรงอย่างไร ขึ้นอยู่กับชนิดของภาชนะและประโยชน์ใช้สอย ทำหน้าที่รับน้ำหนักจากการบรรจุวัตถุภายใน ถ้าผนังได้รับการสานที่ดี จะมีรูปทรงดี รับน้ำหนักแรงกด แรงดึงจากภายในได้

3. ส่วนปาก เรียกว่าเป็นส่วนสกัด หรือส่วนสำเร็จของเครื่องจักสาน ทำหน้าที่บังคับเครื่องจักสานให้คงรูป ซึ่งจะพิถีพิถันในส่วนขอบ ใช้การผูก ถักอย่างแน่นหนา เนื่องจากเครื่องจักสานหลายชนิดมักจะผูกหรือหิ้วที่ขอบปาก จึงจำเป็นต้องแข็งแรงและรองรับน้ำหนักได้ดี

วินัย วิริยะปานนท์.(2527 : 21) ได้กล่าวถึงโครงสร้างที่สำคัญของเครื่องจักสาน แบ่งได้เป็น 5 ส่วนสำคัญได้แก่

1. ส่วนปาก เป็นส่วนที่ต้องแน่นหนา มีความแข็งแรงเป็นพิเศษ เนื่องจากการใช้งานหนัก เพราะได้รับการเสียดสี หรือถูกเหยียบ จับ ดึง
2. ส่วนฝา เครื่องจักสานขนาดใหญ่มักไม่มีส่วนนี้ หรือจะมีไว้ชั่วคราวแบบหยาบ โดยทั่วไป เครื่องจักสานใดที่มีฝามักจะใช้เพื่อการบรรจุสิ่งของที่ต้องการการถนอม เก็บทน เพื่อป้องกันไม่ให้ไหลออกมา อีกทั้งฝายังสามารถทำให้เครื่องจักสานมีรูปทรงที่สวยงาม ดูละเอียดและมีคุณค่าขึ้น
3. ส่วนลำตัว เป็นส่วนที่ห่อหุ้มสิ่งของภายใน ประกอบขึ้นด้วยลวดลายต่างๆ เป็นรูปทรงของเครื่องจักสาน การสีกหรือหรือชำรุด จะไม่เกิดได้ง่ายเพราะไม่ได้ใช้รับน้ำหนัก มีเพียงแค่แรงดึงเท่านั้น ซึ่งจากคุณสมบัติของไม้ไผ่ สามารถรองรับแรงประเภทนี้ได้ดี จึงไม่เสียหรือผุพัง
4. ส่วนฐาน เป็นส่วนที่ต้องแข็งแรง มั่นคง หนา ป้องกันแรงเสียดสี สีกกร่อนจากพื้น มักจะเสริมขอบ ใช้ไม้หนูนหรือสานให้มีความถี่และหนาขึ้นจากเดิม
5. ส่วนหู หรือ ที่จับ ใช้ในการหยิบจับ เพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้าย มักจะทำจากวัสดุที่มีความเหนียว เช่นหวาย

จากการศึกษาโครงสร้างหลักที่สำคัญของเครื่องจักสาน ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเลือกใช้ความสำคัญของโครงสร้าง 5 ส่วน มาเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในขั้นตอนต่อไป

### 2.5.3.2 รูปแบบของเครื่องจักสาน

วิบูลย์ ลีสุวรรณ.(2532 : 103) กล่าวว่า เครื่องจักสานชนิดเดียวกัน ประโยชน์ใช้สอยเหมือนกัน แต่มักจะมีรูปทรงที่แตกต่างกันอาจเป็นเพราะ สิ่งที่เป็นตัวกำหนดรูปทรงของเครื่องจักสานที่สำคัญมี 3 ประการ คือ

#### (1) วัสดุ

วัสดุ แต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติต่างกันเมื่อนำมาสานเป็นเครื่องจักสานมักจะ ได้รูปทรงที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากการใช้วัสดุอื่น เช่น ไม้ไผ่ มีคุณสมบัติในการทำรับแรงดึง และแรงกดได้ดี เมื่อเวลาบรรจุของภายในแล้วเปลี่ยนรูปไปบ้าง แต่ก็สามารถกลับคืนสภาพเดิมได้ ต่างจากใบเตยของภาคใต้ที่มักจะเปลี่ยนรูปไปตามสิ่งของที่บรรจุ เห็นได้ว่าคุณสมบัติของวัสดุจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและรูปทรงของเครื่องจักสานแต่ละชนิด

#### (2) หน้าที่ใช้สอย

เครื่องจักสานจะสามารถใช้ประโยชน์ได้สมบูรณ์ที่สุดจะต้องมีรูปทรงที่ดี เหมาะแก่การใช้สอย ต้องผ่านการออกแบบและพัฒนาเรื่อยมา เห็นได้จากเครื่องจักสานส่วนใหญ่ มักจะมีรูปทรงกระทะ หรือทรงกระบอกที่มีผนังป้องกันโค้ง ความโค้งของผนังจะทำให้เกิดแรงกดและแรงดึงอยู่ในตัว เกิดเป็นความสมดุล คงรูปอยู่ได้ โดยจะเฉลี่ยแรงกดออกไปในบริเวณรอบๆ จึงทำให้ผนัง และกันไม่ต้องรับน้ำหนักที่จุดใดจุดหนึ่งมากเกินไป ถือได้ว่าเป็นการออกแบบและพัฒนาที่แยบยล

สนองประโยชน์ใช้สอยได้ดีที่สุดคงจะเปรียบเทียบให้เห็นข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันดังนี้ ถ้ารูปทรงเครื่องจักสานเป็นรูปปี่หรือถัง ซึ่งทำได้ยากเพราะหักมุม 90 องศา จะทำให้ดอกหรือวัสดุที่นำมาจักสานแตกหักได้ และมุมต่างๆชำรุด ผันจะโป่งเสียรูปทรง น้ำหนักจะไหลลงสู่ส่วนก้น ก้นจะชำรุดได้ง่ายไม่ว่าจะตั้งหรือแขวน เป็นต้น

### (3) คตินิยมเฉพาะถิ่น

ความแตกต่างของรูปทรงนี้ เป็นการปรับปรุงรูปทรงให้สอดคล้องกับลักษณะภูมิประเทศ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี และศาสนาในแต่ละท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดรูปทรงของเครื่องจักสานด้วยเช่นกัน

### 2.5.3.3 ลวดลายของเครื่องจักสาน

ลวดลายในการสานเครื่องจักสานแต่ละลาย จะมีระเบียบและหลักในการสานสืบทอดกันมาด้วยปากต่อปาก มากกว่าการใช้ตำรา ด้วยลักษณะนี้ผู้เรียนต้องใช้การฝึกปฏิบัติจนเกิดความชำนาญ ซึ่งลักษณะเช่นนี้ทำให้แต่ละท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะ และมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป

ในการสานแต่ละครั้ง จะต้องมีเส้นตอกยืน และเส้นตอกสานขัดกันไปมาตลอด ด้วยวิธียก และ ช่ม หรือข้าม จะทำให้เกิดลวดลายที่สวยงาม

วิบูลย์ ลีสุวรรณ.(2532 : 108) แยกลักษณะของการสร้างลวดลายออกเป็น 4 ประเภทคือ

#### (1) ลายขัด

ลายขัดเป็นลายพื้นฐานของการทำหัตถกรรมจักสาน เป็นลายเบื้องต้นที่เก่าแก่ที่สุด เรียกได้ว่าเป็นแม่แบบของลายจักสานก็ว่าได้ ลายขัดจะทำการขัดกันของลวดลายสร้างแรงยึดระหว่างกันของเส้นตอกหรือวัสดุอื่นๆ เป็นการขัดกันเป็นมุมฉากระหว่างเส้นตั้ง และเส้นนอน สร้างแรงยึดมาก จึงมีความแน่นและแข็งแรง คงทนมาก นิยมใช้สานประกอบลายอื่น โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องการความแข็งแรง เช่น ก้น คอ ปาก ของภาชนะ เป็นต้น

#### (2) ลายทแยง

การสานในลายนี้จะคล้ายการถัก มักจะใช้ตอกปิ่น หรือตอกเส้นแบนบางๆ เพราะการสานลายนี้ใช้สานภาชนะทรงกระบอก ที่มีความโค้งและต้องการแผ่นที่ทึบเป็นส่วนใหญ่ โครงสร้างของลายทแยงจะเบียดกันจนไม่เหลือช่องว่าง จะขัดกันในแนวทแยง ไม่มีเส้นตั้งและเส้นนอนแบบลายขัด เป็นลายสานที่ต้องการผิวเรียบบาง สานให้โค้งตัวไปตามภาชนะ เก็บริมเรียบเรียบร้อยสวยงาม เครื่องจักสานที่สานด้วยลายนี้ ความแข็งแรงจะมีไม่เท่าลายขัดแต่จะคงรูปอยู่ได้ด้วยตัวเอง เช่น พัดไม้ไผ่ สมุดใบลาน สอกระจุต เป็นต้น ลวดลายที่เป็นลายทแยงที่นิยมใช้กันมากลายหนึ่ง คือ ลายเฉลว หรือ ลายตาเหลวนั่นเอง

#### (3) ลายสานแบบขด

ใช้ในการสานภาชนะ เป็นการสร้างรูปทรงขึ้นด้วยการขดของวัสดุขึ้นเป็นชั้นๆ แล้วเชื่อมตัวกลางเข้าด้วยกัน ด้วยการถัก เย็บ หรือมัดระหว่างเส้นวัสดุ โดยเริ่มจากการขดเป็นก้นหอยจากวงด้านในสุดก่อนเสมอ ลายสานแบบขดนี้รับน้ำหนักและแรงดันได้ดีเพราะโครงสร้างทุกส่วนจะเฉลี่ยน้ำหนักกันไป

#### (4) ลายอิสระ

จัดว่าเป็นลายที่สานขึ้นอย่างอิสระ หรือลายไม่มีหลัก สามารถสร้างรูปทรงโครงสร้างของเครื่องจักสานสร้างสรรค์ขึ้นตามความต้องการใช้สอยของตนเอง เช่น การสานรั้วไม้ไผ่ สานของเล่น ดอกไม้ หรือพวงมาลัย ลักษณะลายเช่นนี้พบเห็นได้ทุกภาคทั่วประเทศ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.(2525 : 121) การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของลายสานแบ่งได้ 7 กลุ่ม คือ

- (1) กลุ่มการสานผลิตภัณฑ์แบบแม่ลายขัด
- (2) กลุ่มการสานผลิตภัณฑ์แบบแม่ลายเฉลว หรือลายตาชะลอม
- (3) กลุ่มการสานผลิตภัณฑ์แบบแม่ลายพระจันทร์หรือลายหัวสู่ม
- (4) กลุ่มการสานผลิตภัณฑ์แบบแม่ลายไฟร
- (5) กลุ่มการสานผลิตภัณฑ์แบบพื้นหรือขดเย็บขึ้นรูป
- (6) กลุ่มลายพัฒนา หรือลายประดิษฐ์ หรือแบบซี่
- (7) กลุ่มลายกันหอย หรือลายเวียนรัศมี

นิกร นุชเจริญผล.(2525 : 8-16 ) ได้แบ่งลวดลายเครื่องจักสานเป็น ลายสานชั้นพื้นฐาน มีอยู่ 3 ประเภท คือ ลายแม่บท ลายพัฒนาและลายประดิษฐ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### (1) ลายแม่บท

ลายแม่บทเป็นลายที่มีลักษณะเด่นชัด มีกฎเกณฑ์การสานแน่นอน เช่น ลายขัด ยกหนึ่งข่มหนึ่ง หรือลายสอง ยกสองข่มสอง ฯลฯ ลายแม่ต่างๆเหล่านี้ ทำให้มนุษย์นำวัสดุมาสานเป็นสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน และสืบทอดมาจนทุกวันนี้

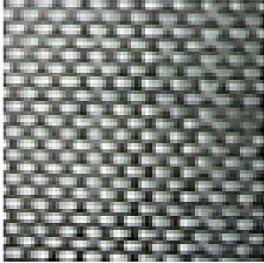

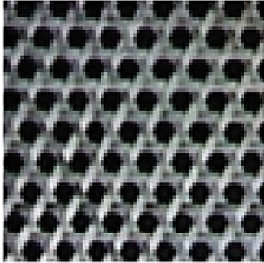
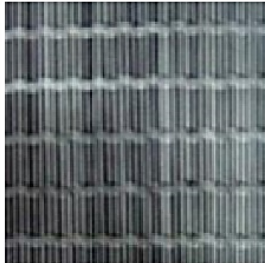

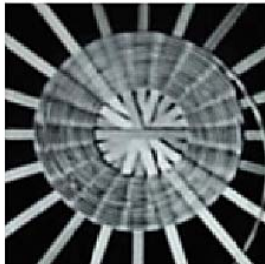

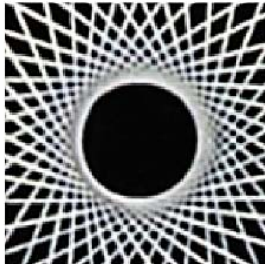
#### (2) ลายพัฒนา

เป็นลายที่พัฒนามาจากลายแม่บท ยังมีกฎเกณฑ์การสานอยู่ แต่มีรายละเอียดเพิ่มขึ้น ลักษณะเด่นของลายแม่บทยังเห็นเด่นชัด ส่วนลายจะเปลี่ยนแปลงเป็นรูปร่างง่ายขึ้น ลายดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาลายสานต่างๆของช่างสานไทย ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่และสวยงามขึ้น ลายลบน้าลายตีหล่มลายตีตะแคง ฯลฯ เป็นต้น




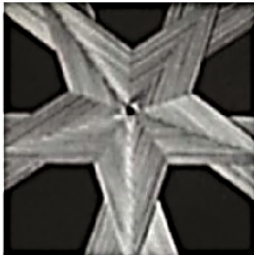
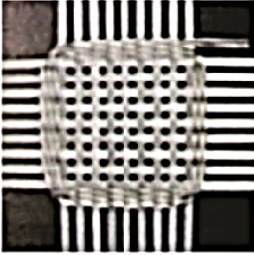

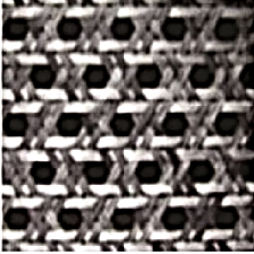



#### (3) ลายประดิษฐ์

เป็นลายสานที่ช่างสานประดิษฐ์ขึ้น ตามความรู้สึกนึกคิด โดยอาศัยลายแม่บทและลายพัฒนาเป็นหลัก กฎเกณฑ์ของลายแม่บทและลายพัฒนายังคงมีอยู่บ้าง แต่ไม่แน่นอนเสมอไป รวมไปถึงการใช้ต่อก้อยอมสีและการประดิษฐ์ลายให้เป็นดอกดวง ก็จัดอยู่ในลายประดิษฐ์ด้วยเช่นกัน เช่น ลายขิดตาแมวขิดดอกจันขิดขอลายพัดลายเสือกระจุด ฯลฯ เป็นต้น









ตารางที่ 2.1 แสดงลายแม่บท (นิกร นุชเจริญผล. 2525 : 8-15)

ลักษณะลาย	ชื่อลาย	ลักษณะลาย	ชื่อลาย
	ขัดชิด Khad Chid		ลายสาม Lai Sarm
	ตาชะลอม Ta Chalorm		ปลอกสาม Plok Sarm
	ฉลวเกล็ดเต่า Chaleo Kledtao		เวียนรัศมี Wien Rasmee
	ลายสอง Lai Song		ลายสู่ม Lai Soom

ตารางที่ 2.2 แสดงลายพัฒนา (นิกร นุชเจริญผล. 2525 : 8-15)

ลักษณะลาย	ชื่อลาย	ลักษณะลาย	ชื่อลาย
	ขั้ดตาโปรง Khad Ta Prong		เฉลวแปลง Chaleo Plang
	ขั้ดแตะสลั้บ Khad Tae Salab		เฉลวดาว Chaleo Dao
	ขั้ดขั้นตัน Khad Khun Ton		เวียนรั้ศมี Wien Rasmee
	ตาชะลอมคู Ta Chalorm Ku		ลายขั้นตัน Lai Kun Ton
	ดีตะแคง De Takaeng		ดีหล่มคว่ำ De Lom Kwam

ตารางที่ 2.3 แสดงลายประดิษฐ์ (นิกร นุชเจริญผล. 2525 : 8-15)

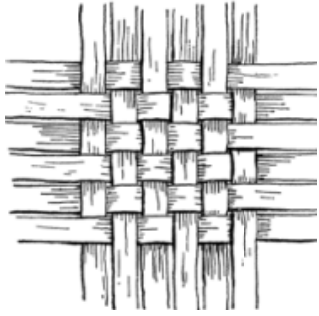
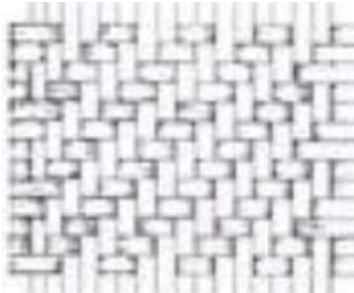
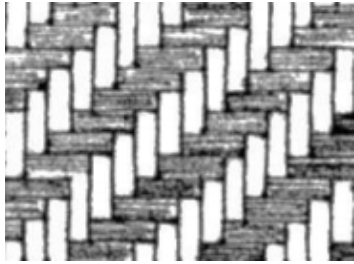
ลักษณะลาย	ชื่อลาย	ลักษณะลาย	ชื่อลาย
	เฉลยยอนดอก Chaleo Yondok		ลายยอกดอก Lai Yokdok
	ดอกพิกุล Dok Pikun		ขิดดอกจัน Khid Dok Chan
	ขิดขอก่าย Khid Khorkai		ลายคูป Lai Kub
	ดาวล้อมเดือน Dao Lomduan		สวัสติกะของจัน Swastika Khorng Cin

ลวดลายในเครื่องจักสานมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่ล้วนแล้วแต่มีการใช้ลวดลายหลักในการสานด้วยกันทั้งสิ้น จากการศึกษา พบว่า เราสามารถแยกลวดลายออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆได้แก่ ลายแม่บท ลายพัฒนาและลายประดิษฐ์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี มีการใช้ลวดลายทั้งสามประเภทผสมผสานกัน และเด่นจนเป็นเอกลักษณ์คือ ลายพิกุล ผู้วิจัยจึงจะทำการเลือกใช้ลวดลายดังกล่าวมาประยุกต์ผสมผสานกัน เพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี แห่งนี้ด้วยเช่นกัน

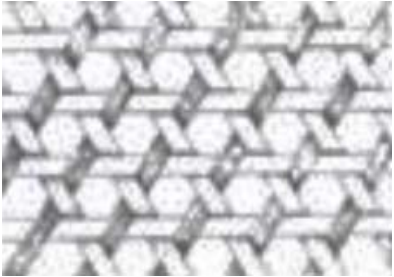
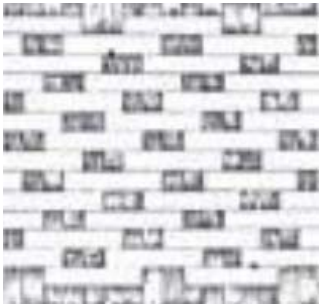

#### 2.5.3.4 กรรมวิธีการสาน

จะเห็นได้ว่าลายสานนั้นมีความหลายหลากแตกต่างกันออกไป กรรมวิธีการสานลวดลายขั้นพื้นฐาน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.4 แสดงวิธีสานลาย (นิกร นุชเจริญผล. 2525 : 16-17)

ชื่อลาย	วิธีการสาน
<p>ลายขัด</p> 	<p>1. ลายขัด คือ ลายที่ยก 1 ตอก ช่ม 1 ตอกสลับกันเรื่อยไป ใช้ สานกระสอบ ตะกร้า กระบุง ไช ช้อง เป็นต้น</p>
<p>ลายสอง</p> 	<p>2. ลายสอง ใช้สานกระซอน กระสอบ ฝาบ้านไม้ไผ่ ลายสอง เป็นลายที่ประสมกับลายขัด ลายสามประดิษฐ์ แล้วประดิษฐ์ เป็นลายลูกแก้ว ลายตีคว่ำ ลายตีหงาย ดาวล้อมเดือน ดาวกระจาย เป็นต้น</p> <p>การสาน เส้นที่ 1 เริ่มจากตอก 8 เส้นเป็นเส้นตั้ง ช้ำมไป 1 เส้น สานยกตอก 2 เส้น ช้ำม 2 เส้น ยกตอก 2 เส้น ช้ำม 2 เส้น สานเส้นที่ 2 ช้ำม 2 เส้น ยก 12 เส้น ช้ำม 2 เส้น ยก 2 เส้น ช้ำม 1 เส้น</p> <p>สานเส้นที่ 3 ยก 1 เส้น ช้ำม 2 เส้น ยก 2 เส้น ช้ำม 2 เส้น ยก 2 เส้น</p> <p>สานเส้นที่ 4 ยก 2 เส้น ช้ำม 2 เส้น ยก 2 เส้น ช้ำม 1 เส้น ยก 1 เส้น สานเรื่อยไป โดยเพิ่มทั้งเส้นตั้งและเส้นนอน</p>
<p>ลายสาม</p> 	<p>3. ลายสาม เป็นลายที่ดัดแปลงเพิ่มเติมจากลายสอง นิยมเสื่อ กระบุง และฝาบ้าน การสานใช้ตอก 9 เส้นเป็นเส้นตั้ง</p> <p>เส้นที่ 1 ช้ำม 3 ยก 3 ช้ำม 3</p> <p>เส้นที่ 2 ยก 1 ช้ำม 3 ยก 3 ช้ำม 2</p> <p>เส้นที่ 3 ยก 2 ช้ำม 3 ยก 3 ช้ำม 1</p> <p>เส้นที่ 4 ยก 3 ช้ำม 3 ยก 3</p> <p>เส้นที่ 5 ช้ำม 1 ยก 3 ช้ำม 3 ยก 2</p> <p>เส้นที่ 6 ช้ำม 3 ยก 2 ช้ำม 3 ยก</p>

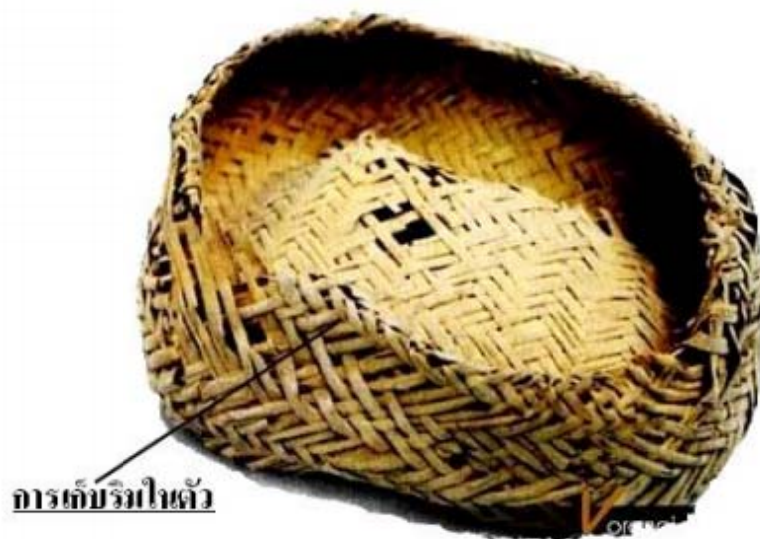
ตารางที่ 24 (ต่อ)

ชื่อลาย	วิธีการสาน
ลายตาหลิ้ว 	4. ลายตาหลิ้ว อาจจะเรียกต่างกันไปตามพื้นที่ถิ่น เช่นลายตาชะลอม ลายชะหมูใช้สานกระเป๋าทะกร้า ลายตาหลิ้ว เป็นลายที่ดัดแปลงมาจากลายพื้นฐาน โดยเพิ่มดอกขัดทแยงเป็นลายดอกขิง ลายดอกจันทร์ ลายพิกุล ลายตาชะลอม
ลายขอ 	5. ลายขอ เป็นลายสำหรับสานกระดิ่ง โดยใช้ใผ่สีสุกสาน เพราะเป็นใผ่ที่เหนียว ไม่เปราะ
ลายบองหยอง 	6. ลายบองหยอง เป็นลายกระดิ่งที่ใช้กันทางภาคใต้ ใช้เก็บพริก กาแฟ ข้าวเปลือก

### 2.5.3.5 การเก็บริม

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสาน หมายถึงการทำส่วนต่างๆของเครื่องจักสานให้เรียบร้อยสมบูรณ์ ด้วยวิธีการเข้าขอบปาก เก็บริมปาก หรือผูกเสริมโครงสร้าง เพื่อความสมบูรณ์สวยงาม พร้อมทั้งจะนำไปใช้ประโยชน์ การเก็บริมทำได้ 2 ลักษณะ คือ การเก็บริมในตัว และการเก็บริมโดยการเข้าขอบปาก


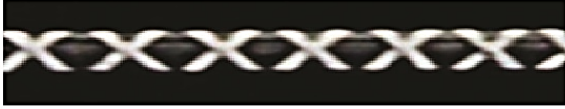









1. การเก็บริมในตัว คือ การใช้วัสดุที่สานเป็นตัวผลิตภัณฑ์ สานเป็นริมเป็นขอบของเครื่องจักสานไปด้วย โดยการพันถัก หรือหักเส้นตอกกลับเข้าไปด้านใน ทำเป็นขอบหรือแผ่นเรียบธรรมดา ซึ่งวิธีการเก็บริมในตัวนั้นมีวิธีง่ายๆ คือ ใช้ตอกเส้นยืนหลักมัดแน่นพับกับเส้นวัสดุเส้นที่สานไปรอบๆ หรือถ้าอยากให้ออกมามีลวดลาย ก็ใช้ตอกเส้นสานถักด้วยลวดลายต่างๆตามริมขอบ การเก็บริมลักษณะนี้มักใช้กับงานที่สานด้วยวัสดุอ่อน และมักจะสานด้วยลายทแยง เช่น ตอกไม้ไผ่บางๆ ไบลาน กระจุต ภาชนะเครื่องใช้ที่นิยมเก็บริมในตัว เช่น กระติบกล่อง-ข้าว กระสอบกระจาดใส่ของ เป็นต้น



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงลักษณะการเก็บริมในตัว (นิกร นุชเจริญผล. 2525)

1. การเก็บริมโดยการเข้าขอบปากหรือเรียกว่า การมัดหวาย เป็นวิธีเก็บริมโดยใช้วัสดุอื่น เพื่อเสริมให้ขอบปากผลิตภัณฑ์เกิดความแข็งแรงมากขึ้นซึ่งวิธีการเข้าขอบ คือ การพับหรือดัดปลาย ตอกให้เส้นยืนหลักเสมอแนวที่จะทำขอบ เหลา ดัดโค้งหวายหรือไม่ทำก็ขอบให้กลม จากนั้นวาง ประกบด้านในและด้านนอกให้เสมอแนวปากขอบ แล้วใช้ตอกเส้นหวายผูกมัด พัน หรือถักขอบทั้งริม ในและริมนอกให้แน่นตลอดแนว จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทน เหมาะที่จะนำไปใช้สอย เช่นขอบกระบุง ตะแกรง ตะกร้า ถ้าสานด้วยตอกไม้ไผ่จะหักกลับไม่ได้จึงต้องเสริมขอบด้วยการเข้า ขอบ วัสดุที่ใช้ทำขอบมักใช้ หวาย เพราะมีความเหนียว ทนทาน เส้นกลม ดัดให้โค้งงอเป็นรูปทรงตาม แบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ ส่วนเส้นตอกที่ใช้ผูกมัด จะใช้ตอกหวายเช่นกัน และการเก็บริมโดยการเข้าขอบ ปากหรือการมัดหวายนั้น มีลวดลายที่หลากหลาย ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2.5 แสดงการมัดหวาย (นิกร นุชเจริญผล. 2525: 20-21)

ชื่อสาย	ประเภทของสาย	ลักษณะสาย
มัดเวียน	แม่บท	
มัดเวียน	พัฒนา	
มัดยกดอก	พัฒนา	
กระดุกงู	พัฒนา	
มัดห้าหวาย	พัฒนา	
มัดสามหวาย	พัฒนา	
มัดหวายคู่	พัฒนา	
ทับสันบน	พัฒนา	
จุงนาง	แม่บท	
สันปลาช่อน	พัฒนา	
กวางเหลี่ยมหลัง	พัฒนา	

### 2.5.4 คุณลักษณะ และคุณสมบัติของไผ่

วิบูลย์ ลีสุวรรณ.(2540 : 4-6) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ไผ่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาทำเป็นเครื่องจักสานและสามารถพบเห็นได้ทุกภาคของประเทศไทย ไผ่ คือ พรรณไม้ชนิดหนึ่ง Bambusaspp. ในวงศ์ Palmae ลักษณะเป็นกอ ลำต้นสูงเป็นปล้องมีหลายชนิด แต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติที่เหมาะสมแตกต่างกันไป ดังนี้

ตารางที่ 2.6 แสดงชนิด และคุณลักษณะของไผ่

ชนิดของไผ่	ลักษณะและประโยชน์ใช้สอย
ไผ่สีสุก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชื่อภาษาอังกฤษ Bambusa blumeana Schultes</li> <li>- พบได้ทั่วไปในประเทศไทย พบมากในภาคกลางและภาคใต้</li> <li>- ลำไผ่มีสีออกเหลือง จึงเรียกว่าไผ่สีสุก ลำสูงใหญ่ ลำต้นตรง ผิวแข็งเรียบเป็นมัน ลำยาวประมาณ 10-18 ม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 8-12 ซม. ปล้องยาวประมาณ 30 ซม.</li> <li>- ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เป็นรั้วบ้านเพื่อกันลม หน่อไผ่เป็นอาหาร ทำบ้านไผ่และทำเครื่องจักสานต่างๆ</li> </ul>
ไผ่รวก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชื่อภาษาอังกฤษ Thysostachys siamensis Camble</li> <li>- พบในประเทศพม่า พบมากในภาคกลาง บริเวณจังหวัดกาญจนบุรี และภาคเหนือ</li> <li>- เป็นไผ่ที่มีความสวยงาม ลำต้นเล็กและเปลาสูงประมาณ 2-7 ม. เส้นผ่าศูนย์กลาง ลำต้นประมาณ 2-5 ซม. ขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ของดินจะใหญ่ขึ้นได้ ข้อระหว่างปล้องจะเรียบ ปล้องยาว 15-30 ซม.</li> <li>- ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ทำรั้ว ตกแต่ง ทำเยื่อกระดาษ อุปกรณ์ก่อสร้าง การประมง และเครื่องจักสาน</li> </ul>
ไผ่เหี้ยะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชื่อภาษาอังกฤษ Cephalostachyum Virgatum</li> <li>- รู้จักกันดีในภาคเหนือ ขึ้นทั่วไปในป่าดงดิบ หรือป่าผสมผลัดใบที่ไม่มีไม้สัก</li> <li>- เป็นไม้ขนาดย่อมลำเรียวยาวเปลา มีเนื้อลำที่บางมาก ตั้งแต่โคนถึงยอด มีขนาดปล้องยาวมากประมาณ 50-70 ซม. สูงประมาณ 18 ม.</li> <li>- นิยมนำมาทำฝ้ายบ้าน เครื่องมือจับปลา กระจบอกใส่ น้ำ และเครื่องจักสาน</li> </ul>
ไผ่ข้าวหลาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชื่อภาษาอังกฤษ Cephalostachyum Pergracile Munro</li> <li>- มีมากในภาคเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือ กระจายเป็นกลุ่มๆในป่าผสมผลัดใบ</li> <li>- เป็นไม้ขนาดกลาง ลำต้นตรงสีเขียวทึบ เนื้อบาง ขนาดลำเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 5-6 ซม. ปล้องยาวประมาณ 30 ซม. สูงประมาณ 7-8 ม. ข้อสั้นเล็กน้อย แต่ละลำจะแตกกิ่งย่อยขนาดเท่าๆกัน ตรงเกือบตั้งฉาก เรียงขึ้นไปคล้ายฉัตร</li> <li>- นิยมนำมา ฝ้ายข้าวหลาม ทำเครื่องจักสาน ก่อสร้างบ้านเรือน ฝาและเพดาน</li> </ul>

วินัย วิริยะปานนท์.(2527 : 69 ) กล่าวไว้ว่า นักพฤกษศาสตร์จัดไผ่เป็นพืชวงศ์เดียวกับหญ้าชนิดต่างๆ (Grammineae) แต่เป็นหญ้าที่มีลำต้นแข็งเป็นไม้ ซึ่งเจริญเติบโตมาจากเหง้า ลำต้นกลางเป็นปล้อง ผิวแข็ง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญไม้ไผ่ชาวญี่ปุ่น ศาสตราจารย์ อุเอดะ (Ueda) ได้จำแนกไม้ไผ่ไว้เป็น 3 ประเภท

ตารางที่ 2.7 แสดงการจำแนกไม้ไผ่

ประเภท	ลักษณะ
พวกเป็นกอ	สังเกตได้จากตาเหง้า มีหลายข้อทางตัวเหนือพื้นดิน จะกลายเป็นลำก่อน และจากนั้นตาส่วนล่างของเหง้าลำแรกนี้ จะแทงตัวเองออกมากลายเป็นลำที่สองและสามต่อไป ได้แก่ ไม้ป่า ไม้สีสุก ไม้บง และไม้ซาง
พวกที่ขึ้นเป็นลำเดี่ยว	มีตาตรงข้อของเหง้า มีเพียงข้อเดียว เติบโตด้วยการแทงหน่อขึ้นจากพื้นดิน เป็นลำใหม่ ในเวลาเดียวกัน ตาที่เป็นส่วนปลายของข้อเหง้าก็เจริญเติบโต เป็นเหง้าใหม่ มีระยะห่างเกือบเท่าความยาวของเหง้าเดิม และจะเจริญเติบโตเป็นลำเดี่ยวๆที่มีระยะห่างระหว่างลำคงที่แน่นอนเช่นนี้เรื่อยไป ได้แก่ ไม้ผาตาเกะ ไม้โมโซซิกู ซึ่งเป็นไม้ที่ขึ้นในประเทศญี่ปุ่น ในไทยไม่พบ
พวกผสม (ลำเดี่ยวและกอ)	มีการเจริญเติบโตสองแบบ สลับกันไป ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ไม้ในเขตอบอุ่น ในไทยไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัด

กรมป่าไม้.(2547 : 3-5) ได้จำแนกชนิดของไม้ ที่เหมาะสมกับการนำมาใช้เป็นวัสดุในการจักสานเอาไว้ดังนี้

ตารางที่ 2.8 แสดงลักษณะของไม้แต่ละชนิด

ชนิดของไม้	ลักษณะและประโยชน์ใช้สอย
ไม้ไผ่บง	พบได้ในป่าเบญจพรรณในภาคเหนือและภาคกลางตามชนบททั่วไป ลำไผ่โตปานกลาง ผิวคายหม่นเห็นได้ชัด สันข้อและเนื้อไม้หนา
<p>นิยมนำมาทำเครื่องจักสาน เพราะได้เส้นตอกเหนียวและจักตอกได้ที่หลายปล้อง มักจักตอกแนวตะแคงเพราะจะได้เส้นตอกมาก สามารถใช้สานตะกร้า กระบุง กระดัง</p>	
ไม้ไผ่ซาง (ไผ่นวล) - ไผ่ซางบ้าน - ไผ่ซางป่า	พบเห็นได้ทั่วไป พบมากในเขตภาคเหนือ และภาคกลาง จังหวัดชลบุรี ลำไผ่ปานกลาง ผิวจะเขียวเป็นมัน สันข้อตื้นเล็ก เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 4-5 นิ้ว เนื้อไม้หนาเท่าไผ่บงบ้าน ผิวเขียวเป็นมัน สันข้อตื้นเล็ก เนื้อไม้บางกว่าไผ่ซางบ้าน
<p>สามารถนำมาทำเครื่องจักสาน เครื่องเรือน ทำแพลอยน้ำ อาคาร และเยื่อกระดาษ เครื่องจักสานของอำเภอพนัสนิคม นิยมใช้ไม้ชนิดนี้ในการจักสานเนื่องจาก เหนียว นุ่ม ตัดได้ง่าย</p>	
ไม้ไผ่ไร่	- ขึ้นตามชายป่าเชิงเขา พบในภาคเหนือตอนบน ลำต้นไม่ค่อยโต ไม่สูงมากนัก ผิวไม่คาย ไม่มัน - นิยมนำมาทำเครื่องจักสานที่ค่อนข้างละเอียด เพราะเส้นตอกนิ่ม และเหนียวมาก เช่นกระติบข้าว กระเป่า เครื่องเรือนไม้ไผ่ ด้ามไม้กวาด - มีลักษณะพิเศษ คือ ลำต้นจากโคนขึ้นมาประมาณ 2 ฟุต สามารถตัดโค้งงอได้ด้วยความร้อน

ตารางที่ 2.8 (ต่อ)

ชนิดของไม้	ลักษณะและประโยชน์ใช้สอย
ไม้ไผ่ข้าวหลาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขึ้นตามป่าขึ้นเชิงเขาพบมากบริเวณตอนเหนือของจังหวัดกาญจนบุรีและภาคตะวันออกเฉียงเหนือบางส่วน ฝิวเป็นคายออกเขียวจัด เนื้อไม้หนาเท่าไผ่เอี้ยะ สันข้อหนา บางปล้องยาวประมาณ 2 ฟุต มีลำต้นตรงยาวประมาณ 6-7 เมตร ฝิวไม้ไผ่จะชุ่มชื้น</li> <li>- นิยมนำมาทำเป็นกระบอกข้าวหลาม เส้นตอกที่ได้จะเหนียวและเส้นตอกที่กว้าง นำมาสานเป็น กระดิ่ง ตะแกรง ตอกมัดข้าว ถักเป็นเส้นเปีย นำมาเย็บเป็นหมวก</li> </ul>
ไม้ไผ่สีสุก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พบใกล้แหล่งน้ำในชนบท พบมากในภาคกลางและภาคใต้ กอใหญ่ แผ่ทรงกว้างออก มีแขนงหนามรอบกอ ลำต้นสูงใหญ่ ฝิวไม่มัน เนื้อไม้มีความหนากว่าไม้ไผ่ชนิดอื่นๆ</li> <li>- สามารถนำมาจักสานได้ทุกชนิด สร้างสรรค์งานได้ทั้งละเอียดและหยาบ เพราะเนื้อไม้ไผ่ค่อนข้างเหนียว</li> </ul>
ไม้ไผ่รวก	พบเห็นได้ทั่วไปทั้งไผ่รวกบ้านและไผ่รวกป่า พบมากในภาคกลางและภาคเหนือ กอไม้ใหญ่ ลำต้นตรง แขนงไม้มีมาก ลำต้นยาวถึง 12 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางของลำต้นไม่เกิน 3-4 นิ้ว เป็นไผ่เอนกประสงค์ เหมาะแก่การจักสานได้หลากหลายประเภท
ไผ่ดำ หรือ ไผ่ตาดำ	พบมากในป่าดิบ แถบจังหวัดกาญจนบุรี และจันทบุรี ต้นมีสีเขียวคล้ำเกือบเป็นสีดำ ไม่มีหนาม เส้นผ่าศูนย์กลางของปล้อง 7-10 เซนติเมตร และยาว 30-40 เซนติเมตร สูง 10-12 เมตร มีเนื้อหนา นิยมนำลำต้นไปใช้ทำนั้งร้าน ก่อสร้างและเครื่องจักสานต่างๆ หน่อใช้รับประทานได้

จากการศึกษาชนิดพันธุ์ของไม้ไผ่ ลักษณะทางนิเวศวิทยา และประโยชน์ของไม้ไผ่ โดยทั่วไปมีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาเฉพาะไผ่หนวล ซึ่งเป็นไม้ที่กลุ่มจักสานพนัสนิคม อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ได้เลือกใช้ในการผลิตหัตถกรรมจักสาน ซึ่งมีเนื้อเหนียว ยืดหยุ่นสามารถสร้างสร้งงานจักสานได้ทั้งแบบละเอียดและหยาบ

ไผ่ซาง หรือ ไผ่ซางหนวล ชื่อทางวิทยาศาสตร์ DENDROCALAMUS MEMBRANACEUS MUNRO ชื่อสามัญ WHITE BAMBOO ชื่อพื้นเมือง ไผ่ซางหนวล หรือไผ่หนวล มีผู้กล่าวถึงลักษณะของไผ่หนวลและคุณประโยชน์ที่เหมาะสมเอาไว้ ดังนี้

ตารางที่ 2.9 แสดงข้อมูลของไผ่ซาง หรือไผ่ซางนวล

ชื่อผู้แต่ง	ปี พ.ศ.	เลข หน้า	ลักษณะของไผ่
เบญจวรรณ ชี ว ปรี ษา และคณะ	2557	34- 35	เป็นไม้ต้น มีระบบเหง้าแบบกอนกลางถึงใหญ่ สูง 10-25 ม. เส้นรอบวงประมาณ 10-13 ซม. ความยาวปล้อง 26-41 ซม. เนื้อลำหนาประมาณ 17 มม. ปล้องมีนวลสีขาวคล้ายแป้งปกคลุมตลอดลำ ใบรูปหอกแกมรูปแถบ ปลายใบแหลม โคนใบเบี้ยว ขอบใบเรียบ ผิวใบหยาบ สาก
ส ม ชัย เบญจชัย	2550	7	ไผ่หลายชนิดใช้ทำหัตถกรรมเครื่องจักสานได้ซึ่ง ไผ่สีสุก เป็นไผ่ที่นิยมใช้ทำจักสานมากที่สุด โดยเลือกอายุ 2-3 ปี ซึ่งจักตอกได้ง่าย หัตถกรรมไผ่ที่มีฝีมือประณีตที่อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ใช้ไผ่ นวล ซึ่งลำปล้องยาวถึง 1 ม. มีเนื้อเหนียว ทักยาก
กรมส่งเสริม การเกษตร	2554	6	ลักษณะเด่น เป็นไผ่ไม่ผลัดใบ ลำต้นสีเขียวอ่อน ไม่มีหนาม มีความสูง 10-25 ม. มีความโต 5-12 ซม. เมื่อยังอ่อนมีสีเขียวนวลแต่เมื่อแก่สีเขียวด้านอมเหลือง ข้อพองเล็กน้อย ปล้องยาว 15-50 ซม. ตรงโคนมีปล้องหนาเกือบตัน ใช้ทำเครื่องจักสาน และก่อสร้าง
ศูนย์ ฝึกอบรม วนศาสตร์ ชุมชนแห่ง ภูมิภาค เอเชีย แปซิฟิก	2557	13	พบตามป่าผสมผลัดใบทั่วทุกภาคของไทย ยกเว้นภาคใต้ ขึ้นปะปนกับต้นสักในป่าผสมแบบผลัดใบ ลำใช้ในการก่อสร้าง เครื่องจักสาน และหัตถกรรมทำเยื่อกระดาษหนอกินได้ เป็นไผ่ธรรมชาติที่มีการใช้ประโยชน์มากที่สุด แต่ยังไม่มีการปลูกอย่างจริงจัง



ภาพที่ 2.6 ใผ่นวล หรือ ใผ่ขางนวล

ที่มา : เบญจวรรณ ชิวปรีชา และคณะ. 2557 : 34

ก. ทรงตัน ข. ปล้องมีนวลสีขาวปกคลุมตลอดลำ ค. ข้อบริเวณโคนมีรากอากาศ

ง. กิ่งกลางเด่น 1 กิ่ง จ. กออัดแน่น ฉ. ใบ

นายเกษตร. (2560 : ออนไลน์) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ตามหัวเมือง หรือตามชนบท นิยมนำใผ่นวลไปใช้ประโยชน์ และกินหน่อเป็นอาหารมาแต่โบราณ ส่วนใหญ่ใช้ในทางก่อสร้าง ทำเครื่องจักสาน ทำเยื่อกระดาษ จัดเป็นไผ่ธรรมชาติที่มีการนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดในประเทศไทยชนิดหนึ่ง ชาวบ้านนิยมนำไปแปรรูปเป็นหน่อไม้ปิ้ง ทำหน่อไม้ต้องออกจำหน่าย ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อไปรับประทานอย่างแพร่หลาย

ข้อเสียของไม้ใผ่ ไม่ได้มาตรฐานในเรื่อง ขนาด ความตรงของลำ ความสมบูรณ์ มีความแตกต่างกัน และมีความเสี่ยงต่อเชื้อราเมื่อโดนความชื้นและแมลงเข้าทำลายถ้านำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ถุกวิธี (<https://www.thairath.co.th/content/366124> สืบค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2560)

### 2.5.5 ประโยชน์ของใผ่

ไม้ใผ่มีประโยชน์มากมายสามารถแบ่งออกได้หลายกลุ่มได้แก่

- กลุ่มที่ 1 ไม้ใผ่ที่ให้ผลผลิตหน่อสำหรับเป็นอาหาร ได้แก่ ใผ่ตง ใผ่บงใหญ่ ใผ่บงหวาน ใผ่

รวก ไผ่ไร่ ไผ่หมาจู ไผ่หวาน ไผ่ป่า ไผ่สีสุก ไผ่หก ไผ่รวกดำ ไผ่ซาง ไผ่เลี้ยงหวาน ไผ่ซางนวล ไผ่เม็งชั้น ไผ่ตงลิ้มแล้ง และไผ่ไต้หวัน

- กลุ่มที่ 2 ไผ่ที่ให้ผลผลิตต่ำในการก่อสร้าง ทำฟาก เสาค้ำยัน แผ่นสานไม้ไผ่ ไม้ไผ่อัด และเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ ไผ่ป่า ไผ่สีสุก ไผ่เลี้ยง ไผ่ตงหม้อ ไผ่ตงดำ ไผ่ตงดำ ไผ่ยักษ์ ไผ่บงใหญ่ ไผ่เปาะ ไผ่หก ไผ่ซาง ไผ่ซางนวล ไผ่ซางหม่น ไผ่ไร่ ไผ่ล้ามะลอก ไผ่บง ไผ่รวกดำ ไผ่หมาจู ไผ่ตงลิ้มแล้ง และ ไผ่หนาวราชินี

- กลุ่มที่ 3 ไผ่ที่ให้ผลผลิตต่ำสำหรับทำเครื่องจักสานและหัตถกรรม ได้แก่ ไผ่สีสุก ไผ่ซาง นวล ไผ่ซาง ไผ่ป่า ไผ่รวกดำ ไผ่ไร่ ไผ่ข้าวหลาม ไผ่เหี้ยะ และไผ่ซี่

- กลุ่มที่ 4 ไผ่ที่เหมาะสมสำหรับใช้ลำทำเป็นภาชนะหุงต้มและปรุงอาหาร ได้แก่ ไผ่ข้าวหลาม ไผ่ป่า ไผ่สีสุก และไผ่ตง

- กลุ่มที่ 5 ไผ่ที่ให้ผลผลิตต่ำที่เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ ได้แก่ ไผ่เปาะ ไผ่ป่า ไผ่สีสุก ไผ่ซาง ไผ่ซางนวล ไผ่ตง ไผ่เหลือง ไผ่บงใหญ่ ไผ่หก ไผ่หมาจู ไผ่บง และไผ่บงดำ

- กลุ่มที่ 6 ไผ่ที่นิยมนำปลุกเป็นไม้ประดับหรือนิยมนำปลุกตามบ้าน เพราะมีชื่อเป็นสิริมงคล ได้แก่ ไผ่ทอง ไผ่ดำ ไผ่น้ำเต้า ไผ่สีสุก ไผ่เลี้ยง ไผ่เหลือง และไผ่ข้าวหลาม

- กลุ่มที่ 7 ไผ่ที่นิยมนำปลุกเป็นรั้ว หรือใช้ปลุกเป็นแนวกันลม และป้องกันตลิ่งพัง ได้แก่ ไผ่ รวก ไผ่เลี้ยง ไผ่ป่า ไผ่สีสุก และไผ่บงดำ

ประโยชน์ใช้สอยแบ่งตามประเภทของการทำอุตสาหกรรมไม้ไผ่ ได้แก่

- อุตสาหกรรมประมงทะเล : ไผ่รวก
  - อุตสาหกรรมตะเกียบไม้เสียบอาหาร : ไผ่ซางป่า
  - อุตสาหกรรมจักสาน : ไผ่ซางนวล ไผ่ซางหม่น ไผ่ซางหวาน ไผ่ซางป่า ไผ่บง
  - อุตสาหกรรมหน่อไม้กระป๋อง : ไผ่หก
  - อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ : ไผ่ซางบ้าน ไผ่ซางนวล ไผ่ซางหม่น ไผ่บงคายน ไผ่เลี้ยง ไผ่ ตง ไผ่หก ไผ่ตงลิ้มแล้ง
  - อุตสาหกรรมไม้ปาเก้ : ไผ่ซางหม่น ไผ่ซางนวล ไผ่ซางบ้าน
  - อุตสาหกรรมกระดาษ : ไผ่ทุกชนิด เช่น ไผ่ตง ไผ่หก ไผ่หมาจู ไผ่ซาง ฯลฯ
  - ไม้เพื่อบริโภค : ไผ่ซางหวาน ไผ่ซางหม่น ไผ่ซางนวล ไผ่เปาะ ไผ่หมาจู ไผ่บงหวาน ไผ่ หก ไผ่บง ไผ่เลี้ยง ไผ่ตงลิ้มแล้ง ไผ่กิมซุง ไผ่ตงหวานไต้หวัน
- (<http://treedd.blogspot.com/> สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2560)

### 2.5.6 ข้อสังเกตในการนำไม้ไผ่มาทำเครื่องจักสาน

กรมป่าไม้.(2547 : 6) ในการทำเครื่องจักสานแต่ละครั้ง ควรทำการคัดเลือกไม้ไผ่แต่ละ ชนิดที่มีลักษณะลำต้นตรง ปล้องยาว ไม่มีแมลงเจาะ ผิวเรียบเนียน อายุที่เหมาะสมคือ 2-3 ปี ซึ่งไม้ ไผ่ลำหนึ่ง จะแบ่งออกเป็น 3 ช่วงด้วยกัน

- ช่วงแรก เรียกว่า ข้อไม้ไผ่ ตั้งแต่โคนขึ้นไปประมาณ 2 เมตร เนื้อแน่นมาก ปล้องเกือบ ตัน และแข็งมาก ไม่เหมาะที่จะทำเครื่องจักสาน เพราะจักตอกแล้วจะหัก ส่วนมากใช้ทำคาน

- ช่วงที่สอง เรียกว่า เรือนไม้ไผ่ เป็นช่วงเหนือช่วงแรก (เหนือข้อไม้) และยาวไปตลอดจนถึง ช่วงที่สาม ช่วงเรือนไม้ไผ่นี้ เป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุดในการจักสาน เพราะจักตอกแล้วจะมีเนื้อหนาไม่ มากและน้อยเกิน 1 เซนติเมตร ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสม

- ช่วงที่สาม คือ ยอดหรือปลายไม้ มีเนื้อบางไล่ขึ้นมา เมื่อถึงบริเวณยอดจะบางมาก มักจะ

ถูกตัดทิ้งไป ไม่สามารถนำมาจักสานได้

ชนิดของไม้ไผ่ที่นำมาใช้ในงานจักสาน ช่างจักสานมักพิจารณาจากประเภทของสิ่งที่ต้องการ สาน และชนิดของไม้ที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นสำคัญ กลุ่มจักสานอำเภอพนัสนิคม จังหวัด ชลบุรี สานของใช้หลากหลายชนิด เช่น กล่องชนิดต่างๆ ซองใส่สิ่งของ กระจเป่า เส้นตอกที่ใช้ตั้งยาว และอ่อนนุ่ม ก็จะเลือกใช้ไม้ไผ่ชนิดที่มีปล้องยาว 1-1.50 เมตร ส่วนกลุ่มจักสานกระติบข้าว ก่องข้าว ที่ต้องการเส้นตอกแข็งเพื่อสร้างความแข็งแรง คงทน ก็จะเลือกใช้ไม้ไผ่สีสุกที่มีในหมู่บ้าน ความยาว ปล้องไม่ยาวมากนัก ประมาณ 30-50 เซนติเมตร อายุไม้ไผ่ 2-3 ปี หากต้องการให้มีความอ่อนนุ่มก็จะ ใช้วิธีย่างไฟให้ไม้สุกก่อนนำมาใช้งาน

ในการจักตอก ก่อนการจักตอกควรทิ้งไม้ไผ่ที่ตัดแล้ว ในที่ร่ม อากาศถ่ายเทสะดวก ต้องทิ้งไว้ อย่างน้อย 10 วันขึ้นไป เพื่อให้น้ำในเนื้อไม้ไผ่ระเหยออกตามธรรมชาติ ก่อนนำไปทำการจักสาน เมื่อนำมาจักจะได้ตอกที่มีคุณภาพ เหนียวและได้เส้นตอกหลายเส้น ไม่ฉีกขาดง่าย หากนำไม้ไผ่ที่ตัดมา สดๆ และนำมาจักตอกเลย ขณะนั้นเนื้อไม้ไผ่ยังอูมน้ำไว้จำนวนมาก เส้นใยของไม้จะขยายตัวเต็มที่ จะ ได้เส้นตอกที่หนา เปราะ ฉีกขาดง่าย

### 2.5.7 ปัญหาอดและแมลงในงานหัตถกรรมไม้ไผ่

จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.(2539 : 22-27) ที่ได้รวบรวมไว้ในหนังสือไม้ไผ่ กับงานหัตถกรรม กล่าวไว้ว่า วิธีการถนอมรักษาไม้ไผ่ อาจแบ่งได้เป็น 2 วิธี ซึ่งสรุปได้ดังนี้

#### 2.5.7.1 วิธีธรรมชาติ สามารถกระทำได้ 2 วิธี คือ

(1) การแช่น้ำ ทำได้ทั้งไม้ไผ่สดและไม้ไผ่แห้ง แช่น้ำให้จุ่ม หากเป็นน้ำไหลจะ ยิ่งดี ถ้าเป็นน้ำไม่สะอาดจะทำให้ไม้ไผ่สกปรกตามไปด้วย ไม้ไผ่สดใช้เวลาแช่ตั้งแต่ 3 วัน ถึง 3 เดือน ถ้าไม้ไผ่แห้งให้เพิ่มเวลาขึ้นไปอีก 2 สัปดาห์

(2) การสกัดน้ำมันจากไม้ไผ่ โดยวิธีให้ความร้อนด้วยไฟ (เข้าปิ้งในเตา) วิธีการคือ ต้มในน้ำ ประมาณ 1-2 ชั่วโมง และวิธีการรมควันจากกำมะถัน หรือการเผาหญ้า/ฟาง เมื่อ เสร็จแล้วทาด้วยน้ำ ยากันมอด และแมลงอีกครั้ง

#### 2.5.7.2 วิธีเคมี สามารถกระทำได้ 3 วิธีคือ

- (1) การทาด้วยสารเคมี เช่น คาร์บอนิคแอซิด ไบเร็กซ์ เป็นต้น
- (2) การจุ่มในน้ำยาดีดีที เข้มข้น 5% ผสมน้ำมันก๊าด จุ่มนานประมาณ 10 นาที เสร็จแล้ว ทาด้วยน้ำมันชักเงาเคลือบอีกครั้ง
- (3) การแช่ด้วยน้ำยาเซลโดรฟ์ (Shelldrite) โดยใช้น้ำยาเซลโดรฟ์ 3 กรัม ต่อ น้ำ 10 ลิตร แช่นาน 24 ชั่วโมง

แต่ส่วนใหญ่แล้วในหมู่บ้านจักสาน อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี (ศูนย์ ส่งเสริมฝีมือจักสานไม้ไผ่) มักจะเลือกใช้วิธีการทางธรรมชาติ เพื่อให้เกิดสารพิษตกค้างแก่ผู้บริโภค โดยการแช่น้ำสะอาด ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้ส่งสมสืบทอดกันเรื่อยมา (คมกฤษ บริบูรณ์ : สัมภาษณ์ 20 พฤศจิกายน 2560) ซึ่งตรงกับการศึกษาของ (ศักดิ์ชาย สิกขา. 2548 : 59-64) ได้ ศึกษากรรมวิธีในการรักษาผิวไม้ไผ่ ซึ่งจำแนกตามกรรมวิธีที่ใช้ ดังนี้

#### (1) การแช่น้ำใบสะเดา

นางสนม สมงาม อายุ 62 ปี บ้านเลขที่ 29 หมู่ 7 บ้านนากลาง ตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ประธานกลุ่มพัฒนาขยายงานจักสานไม้ไผ่ไร่หลักทอง กล่าวว่า งานไม้ไผ่ของตำบลไร่หลักทองได้เริ่มต้นพัฒนาอย่างจริงจังมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2521 เมื่อมีการจัดตั้ง

ศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมไม้ไผ่ ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีข้อมูลที่น่าสนใจพอสรุปได้ดังนี้

(1.1) ไม้ไผ่ที่ชาวบ้านในอำเภอน้ำขุ่น จังหวัดชลบุรี เห็นว่ามีความเหมาะสมกับการนำมาผลิตเครื่องจักสาน คือ ไม้ไผ่รวล ที่ขึ้นอยู่ตามบริเวณภูเขา เนื่องจากมีความเหนียวนุ่ม หากนำมาย่างไฟ หรือต้มด้วยน้ำร้อนก่อน จะทำให้มีความนุ่มยิ่งขึ้น ไม้รวลจะมีความยาวของปล้องระหว่าง 1.00-1.50 เมตร อายุไม้ไผ่ที่เหมาะสมสำหรับใช้งานไม่ควรเกิน 1 ปี ซื่อขายกันในราคาปล้องละ 3-10 บาท

(1.2) วิธีการกันมอดและแมลง ทำได้โดยการนำไม้ไผ่ ไปแช่น้ำใบสะเดาก่อน หากแช่นานหลายวันยิ่งป้องกันมอดและแมลงได้ดี จากนั้นนำมาตากให้แห้ง จึงนำมาผลิตงานหัตถกรรมเครื่องจักสานแต่หากต้องการให้ไม้ไผ่ไม่มีสีขาว ควรแช่ด้วยน้ำไฮโดรเจนก่อน

(1.3) งานจักสานที่ผลิตส่วนใหญ่ เป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย รูปแบบมีความหลากหลาย งานหลายประเภทต้องผ่านการย้อมสีเคมี และจุ่มน้ำมันวานิชเคลือบเงา จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม คงทน ถูกใจผู้ซื้อ ปัญหาด้านมอดและแมลงไม่มี

ส่วนการป้องกันเชื้อรา จะทำด้วยการผึ่งแดดให้แห้ง ลงน้ำมันวานิชใส และบรรจุลงในถุงพลาสติก หรือใช้วิธีการอบในเตาอบเครื่องจักสาน ให้ความร้อนด้วยการจุดธูปควันทิ้งไว้เป็นเวลา 3-7 วันในอุณหภูมิ 40 องศา แล้วจึงนำมาเก็บลงในถุงพลาสติก มัดให้แน่นเพื่อไม่ให้เกิดความชื้นและเชื้อรา

### 2.5.8 อุปกรณ์ และกรรมวิธีการผลิต

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2540 : 12 -14) และ กรมป่าไม้.(2547 : 8-9) ทั้งสองได้กล่าวเอาไว้ อย่างคล้ายกัน ถึงอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการทำเครื่องจักสาน อาจมีแตกต่างกันบ้างเพียงเล็กน้อย ในเรื่องของชื่อเรียกอุปกรณ์ ผู้วิจัยจึงได้จัดเรียงและใส่คำว่าหรือลงไปด้วยในส่วนของอุปกรณ์ที่มีชื่อเรียกแตกต่างกัน อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำเครื่องจักสานไม้ไผ่ ได้แก่

2.5.8.1 เลื่อยคันทัน หรือเลื่อยตัดไม้ ใช้ตัดไม้ไผ่ให้ได้ขนาด จะได้หน้าของไม้ไผ่ที่เรียบ ง่ายต่อการผ่าไม้ไผ่และจักตอก



ภาพที่ 2.7 เลื่อยคันทัน

ที่มา : <http://1chicken-coop.blogspot.com> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2560

2.5.8.2 มีด ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบ มาเป็นวัสดุที่ใช้ทำเครื่องจักสาน มีดที่ใช้กันทั่วไป มักจะเป็นมีดเหล็กกล้า เนื้อแกร่ง มี 4 ชนิดคือ

(1) มีดโค้ง หรือมีดขูดผิวไม้ไฟ ใช้ขูดผิวไม้ไฟที่มีความคมออก และใช้ขูดผิวไม้ไฟออกก่อนการจักตอกและก่อนการย้อมสี เนื่องจากเส้นตอกที่มีผิวไม้ไฟติด จะกรอบและหักง่าย เมื่อนำไปย้อมสีจะติดดี เมื่อนำน้ำมันชักเงาทับจะติดนานไม่หลุดลอก (หมายเลข 2 ในรูป)

(2) มีดโต้หรือมีดผ่า จะมีลักษณะเป็นมีดขนาดพอเหมาะ สันหนาตรง ปลายตัดความยาวประมาณ 30 เซนติเมตร ช่างบางคนจะใช้มีดนี้เพียงเล่มเดียวทั้งตัดผ่าจักและเหลา จะใช้สำหรับตัดและผ่าไม้ไฟ หวาย หรือไม้อื่นๆ ออกทีละครึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนเท่าๆกันทุกครั้งไป ไม้ไฟที่ผ่าออกแล้วจะเรียกกันว่า ซี่ (หมายเลขที่ 3 ในรูป)

(3) มีดเหลาไม้ไฟ เป็นมีดขนาดเล็ก เบากว่ามีดจักตอก ปลายแหลมคมมาก ด้ามมีดจะยาวกว่ามีดธรรมดาทั่วไป เพราะจะใช้ส่วนยาวของด้าม สอดไว้ระหว่างเอวด้านข้าง แล้วใช้แขนกดเข้าหาลำตัว ปลายมีดจะกดลงบนไม้ไฟ ดึงไม้ไฟเข้าหาตัวมีดพร้อมกดใบมีดโยกไปข้างหน้าเบาๆ ใช้ตกแต่งซี่ไม้ไฟให้เรียบร้อย และตกแต่งเส้นตอกให้อ่อนนุ่ม (หมายเลขที่ 4 ในรูป)

(4) มีดจักตอก เป็นมีดที่มีน้ำหนักเบาพอเหมาะมือ สันมีดหนา คมมีดจะคมและบาง การทำเส้นตอก จะกดคมมีดลงบนซี่ไม้ไฟ แล้วจึงแบ่งไม้ไฟออกเป็นแผ่นบางๆ เรียก เส้นตอก (หมายเลขที่ 5 ในรูป)



ภาพที่ 2.8 มีดที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบ

ที่มา : กรมป่าไม้. 2547 : 8-9

2.5.8.3 ที่เลียดตอกกว้าง เป็นเครื่องทุ่นแรงในการเหลาตอกให้มีขนาดกว้างเท่ากันทุกเส้น ปรับแต่งใบมีดได้ บังคับความกว้างและเล็กของเส้นตอกได้ตามต้องการ โดยไม่ฉีกขาดเสียหาย

2.5.8.4 ที่เลียดตอกหนา-บาง เป็นเครื่องทุ่นแรง โดยใช้ใบมีดเป็นตัวบังคับเหลาตอกให้มีขนาดหนาหรือบางที่เท่ากันทุกเส้น บังคับความหนาและบางของเส้นตอกได้ตามต้องการ โดยไม่ฉีกขาดเสียหายและมีคุณภาพดี

2.5.8.5 คีมไม้ มีรูปร่างคล้ายคีมทั่วไป มีขนาดใหญ่ และทำด้วยไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้ชิงชัน ไม้มะค่า แก่นไม้มะขาม คีมจะใช้หนีบปากภาชนะจักสาน เพื่อเข้าขอบ เช่น ใช้หนีบขอบกระบุง ตะกร้า กระจาด ขณะเข้าขอบปาก เพื่อผูกหวาย ที่ขอบให้แน่น คีมจะช่วยให้ช่างจักสานเข้าขอบภาชนะจักสานได้สะดวก โดยไม่ต้องใช้ผู้ช่วย



ภาพที่ 2.9 ที่เลียดตอก

ที่มา : <http://kanchanapisek.or.th> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2560

2.5.8.6 ชักเลียดหรือชักแป้น คือฝากระป๋อง หรือสังกะสี มาเจาะรูให้มีขนาดต่างกัน จากรูใหญ่ไปเล็ก แล้วสอดเส้นหวายเข้าไปในรู แล้วชักผ่านออกไป ความคมของสังกะสีจะครูด ให้ผิวเส้นหวายเรียบและมีขนาดเสมอกัน ซึ่งจะต้องชักจากรูใหญ่ ไปหารูเล็ก

2.5.8.7 เหล็กหมาด คือเหล็กปลายแหลม ใช้สำหรับ เจาะ ไช้ มัด แงะ มี 2 ชนิดคือ

(1) เหล็กหมาดปลายแหลม เป็นเหล็กปลายกลมแหลม มีด้ามกลมทำด้วยไม้ มักทำด้วยเหล็กกำน่อม หรือซี่ลวดรถจักรยาน ฝนปลายให้แหลม ยาวประมาณ 3 นิ้ว ใช้ไชหรือแงะ เครื่องจักสาน เพื่อร้อยหวาย ผูกโครงสร้าง ผูกขอบ หรือเจาะหูกระบุง ตะกร้า เป็นต้น

(2) เหล็กหมาดปลายทอก เป็นเหล็กแหลมปลายแบนอย่างลูกศร ยาวประมาณ 4-6 นิ้ว ใช้เจาะหรือไชเครื่องจักสานให้เป็นรู โดยใช้มือป้อนที่ด้ามให้ปลายเหล็กหมุนเจาะทะลุลงไปในตัววัสดุ เมื่อต้องการผูกหวาย เพื่อเสริมโครงสร้างให้แข็งแรง



ภาพที่ 2.10 เหล็กหมาด

ที่มา : <http://202.29.22.167>

สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2560

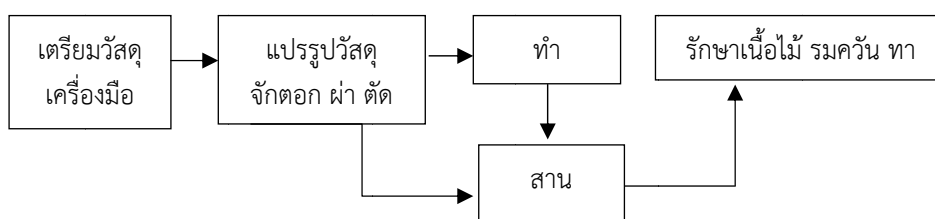
ภาพที่ 2.11 ชักเลียดหรือชักแป้น

ที่มา : <http://www.siamsouth.com>

### 2.5.9 กรรมวิธีการผลิตเครื่องจักสาน

กระบวนการทำหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในอดีต ชาวบ้านสามารถใช้ภูมิปัญญาด้านการผลิตงานหัตถกรรมจักสานที่สืบทอดกันมา ผลิตเครื่องจักสานเพื่อใช้อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันได้ เพราะมีกระบวนการผลิตและเครื่องมือที่ไม่ซับซ้อน เป็นเทคโนโลยีชาวบ้าน ที่สืบทอดมาแต่โบราณ ตั้งแต่การหาวัตถุดิบ เครื่องมือ การจักตอก การทำโครง การสานให้เกิดลวดลาย และการรมควันเพื่อป้องกันแมลงทำลายเนื้อไม้ ชาวบ้านในอดีตสามารถผลิตได้ตามศิลปะและความชำนาญเฉพาะตน (ราชวดี งามสง่า. 2535 : 17, วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2540 : 114, มาโนช กงกะนันทน์. 2477 : 38)

ตารางที่ 2.10 แสดงขั้นตอนพื้นฐานการผลิตงานหัตถกรรมจักสาน



## 2.6 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่

### 2.6.1 อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ.(2542 : 19-35) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่าคำขวัญประจำอำเภอ คือ พระพนัสบดีคู่บ้าน จักสานคู่เมือง ลือเลื่องบุญกลางบ้าน ตำนานพระรถเมรี ศักดิ์ศรีเมืองสะอาด เก่งกาจการทนายโจ๊ก

### 2.6.2 ลักษณะภูมิประเทศ

อำเภอพนสนนิคมเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากตัวจังหวัด 22 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 572 ตารางกิโลเมตร เป็นที่ลาดจากทางด้านทิศใต้สู่ทิศเหนือ ด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศใต้เป็นที่เนินสูง มีป่า เขามีแร่ธาตุบ้างเล็กน้อย เหมาะแก่การทำไร่อ้อย ทำนา ปลูกมันสำปะหลัง พืชเมืองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม หลักจากนั้นใช้เวลาที่เหลือทำเครื่องจักสาน



ภาพที่ 2.12 แสดงเขตอำเภอทั้ง 10 อำเภอของจังหวัดชลบุรี

ที่มา : <http://www.chonburi.go.th> สืบค้นเมื่อ : 22 กันยายน 2560

### 2.6.3 ประวัติความเป็นมา

พนสนนิคม เป็นเมืองโบราณที่เคยรุ่งเรืองเมื่อประมาณ 1,000 ปีมาแล้ว เป็นเมืองที่ไม่มีใฝ่อยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ได้สถาปนาเรียกว่า เมืองพนสนนิคม ซึ่งแปลว่า หมู่บ้านใหญ่ในป่า และสมัยนี้เอง ท้าวทุม (พระอินทอชา) เป็นผู้นำชาวลาวมาตั้งชุมชนที่นี่ ซึ่งชาวลาวมีความคุ้นเคยและสานผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ใฝ่มาตั้งแต่ต้น จึงนำไม้ใฝ่ในเมืองพนสนนิคม มาสร้างสรรค์เป็นงานจักสานนานาชนิด นอกจากนี้ยังมีชุมชนคนไทย และคนจีน

รวมอยู่ด้วยซึ่งทั้งสามเชื้อชาติสานผลิตภัณฑ์ไว้ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน และสืบทอดกันมาจนกลายเป็น มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ได้ทรงปฏิรูปการปกครองส่วนภูมิภาคใหม่เป็น มณฑล จังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน โปรดเกล้าฯ ให้เมืองพนัสนิคมเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดชลบุรี ต่อมา พ.ศ.2521 สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถทรงเล็งเห็นความสำคัญของเครื่องจักสานไม้ไผ่เมืองพนัสนิคม จึงได้มีพระราชประสงค์ให้มีการพัฒนาฝีมือจักสาน โดยได้มอบหมายให้นายวิญญู อังคนารักษ์ อธิบดีกรมการปกครองในสมัยนั้น สืบหาคนเก่งด้านจักสาน ขณะนั้น นายจรววย บริบูรณ์ นายกเทศมนตรีพนัสนิคม และคุณปราณี บริบูรณ์ ภรรยาเป็นผู้รับภาระดำเนินงานตามโครงการ ได้ค้นพบนางกิมย้ง คำแพง ชาวตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม เป็นช่างฝีมือที่สามารถจักสานกระเป๋าพิกุลละเอียดได้ จึงให้นางกิมย้ง เป็นผู้สอนให้ผู้สนใจพัฒนาฝีมือการจักสานและใช้บ้านพักเป็นสถานที่เรียนผู้ที่มีฝีมือดีจะถูกคัดเลือกให้เป็นวิทยากรในโครงการต่อไป เพื่อเป็นการอนุรักษ์ช่างฝีมือให้ยึดอาชีพจักสานต่อไป มิให้สูญหายไปจากท้องถิ่น จนถึงปัจจุบันอาชีพจักสานกลายเป็นอาชีพหลัก เป็นสินค้าส่งออกที่ผ่านการตรวจสอบอย่างละเอียดก่อนส่งจำหน่ายที่มูลนิธิศิลปะอาชีพ และต่างประเทศ ให้แก่ผู้สนใจนิยมนงานจักสานไม้ไผ่ที่ละเอียดและฝีมือประณีต

**2.6.4 สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป** มีลักษณะอากาศแบบฝนเมืองร้อน ทำให้ภูมิอากาศในช่วงฤดูร้อน อากาศไม่ร้อนจัด ฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด อุณหภูมิเฉลี่ย 21-36 องศาเซลเซียส

**2.6.5 ขอบเขตที่ตั้งแหล่งภูมิศาสตร์** ขอบเขตการผลิตเครื่องจักสานพนัสนิคม ตั้งอยู่ที่อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 20 ตำบล 185 หมู่บ้าน รายละเอียดดังนี้

- |                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| (1) ตำบลพนัสนิคม      | (11) ตำบลท่าข้าม    |
| (2) ตำบลหน้าพระธาตุ   | (12) ตำบลหนองปรือ   |
| (3) ตำบลวัดหลวง       | (13) ตำบลหนองขยาด   |
| (4) ตำบลบ้านเข็ด      | (14) ตำบลทุ่งขวาง   |
| (5) ตำบลนาเริก        | (15) ตำบลหนองเหียง  |
| (6) ตำบลหมอนนาง       | (16) ตำบลนาวังหิน   |
| (7) ตำบลสระสี่เหลี่ยม | (17) ตำบลบ้านช้าง   |
| (8) ตำบลวัดโบสถ์      | (18) ตำบลโคกเพลาะ   |
| (9) ตำบลกุฎโง้ง       | (19) ตำบลไร่หลักทอง |
| (10) ตำบลหัวถนน       | (20) ตำบลนามะตูม    |

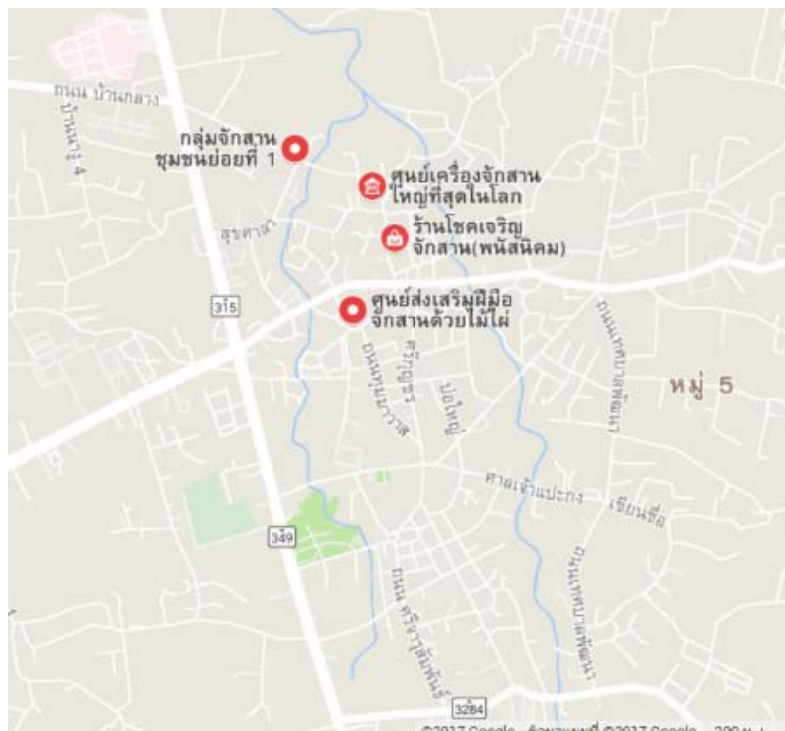
## อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2.13 20ตำบลในอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ที่มา : <http://www.amphoe.com/view.php?file=map1227683451&path=picture/8>

สืบค้นเมื่อ : 22 กันยายน 2560



ภาพที่ 2.14 กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ในตำบลพนสนนิคม

ที่มา : [www.googlemap.com/แหล่งผลิตเครื่องจักสานในตำบลพนสนนิคม](http://www.googlemap.com/แหล่งผลิตเครื่องจักสานในตำบลพนสนนิคม)

สืบค้นเมื่อ : 22 กันยายน 2560

### 2.6.6 ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่

ประธานกลุ่ม นายคมกฤษ บริบูรณ์ ที่ตั้ง 36 ถนนอินทอาษา ตำบลพนสนนิคม อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี 20140

ประวัติความเป็นมา

ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเมื่อแรกเริ่มในปี พ.ศ. 2521 มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ได้มีโครงการส่งเสริมและอนุรักษ์ฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีฝีมือละเอียดอ่อน และมีความประณีตสวยงามโดยมีเจตนาที่จะอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านซึ่งเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นแต่เดิมมา พร้อมทั้งมีเจตนาที่จะช่วยเหลือดูแลรายได้ของช่างฝีมือทั้งหลายให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่เยาวชนรุ่นหลังได้เพื่อให้สูญหายไปจากท้องถิ่นเดิม คุณปรานี บริบูรณ์ (ซึ่งในขณะนั้นเป็นภรรยาของนายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองพนสนนิคม) จึงได้รับภาระการดำเนินงานนี้มา โดยรวบรวมช่างฝีมือและขึ้นงานในพื้นที่อำเภอพนสนนิคม ตั้งกลุ่มการทำงานขึ้นที่บ้านพักของตนเอง จนปัจจุบันคมกฤษ บริบูรณ์ บุตรชายได้สืบทอดงานต่อได้พัฒนาเป็นศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ เป็นที่ให้ความรู้เกี่ยวกับงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ เป็นแหล่งที่รวบรวมช่างฝีมือหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ และได้ผลิตสืบทอดผลงานจักสานฝีมือละเอียดจากรุ่นสู่รุ่นให้เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(<https://www.tbhc1978.com.2521> สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2560)

## 2.6.7 กรรมวิธีการผลิตเครื่องจักสานพืสนนิคม

### 2.6.7.1 วัตถุดิบ

#### (1) แหล่งวัตถุดิบ

(1.1) วัตถุดิบในพื้นที่ หมายถึง วัตถุดิบในอำเภอพืสนนิคม อำเภอป่องทอง และ อำเภอเกาะจันทร์ ซึ่งแต่เดิมอำเภอป่องทอง และอำเภอเกาะจันทร์ อยู่ในเขตอำเภอพืสนนิคม

(1.2) วัตถุดิบนอกพื้นที่ หมายถึง วัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งอื่น นอกเหนือจากพื้นที่ในเขตอำเภอพืสนนิคม อำเภอป่องทอง และอำเภอเกาะจันทร์

#### (2) ไม้ไผ่

(2.1) ไม้ไผ่เนวล จากจังหวัดชลบุรีระยอง จันทบุรี และตราด มีคุณภาพดี เนื่องจากความชุ่มชื้นของพื้นที่ ซึ่งโดยธรรมชาติจะขึ้นอยู่ตามเชิงเขาใกล้น้ำตก ในกรณีที่มีปลูกต้องมีระบบการจัดการที่ดี อายุที่เหมาะสมในการใช้งาน 2-3 ปี

(2.2) คุณลักษณะไม้ไผ่เนวล ปล้องยาว ผิวละเอียดเนียน เนื้อเหนียว และอ่อนสามารถจักเป็นเส้นตอกได้ง่าย

(3) หวายหอม โดยธรรมชาติเนื้อละเอียด ผิวมันเนียน

(4) สีส้อมเส้นตอก คือ สีธรรมชาติ หรือสีสังเคราะห์ที่มีคุณภาพดี



ภาพที่ 2.15 ไผ่เนวลที่นิยมใช้ในการจักสาน (ผู้วิจัย : 25 กันยายน 2560)

### 2.6.7.2 กรรมวิธีการผลิต

#### (1) การจัดเตรียมเส้นตอก

(1.1) คัดอายุไม้ไผ่เนวล เลือกใช้ที่ช่วงอายุ 2-3 ปี

- ขนาดความยาวของปล้องต้องอยู่ที่ 80 เซนติเมตร – 150 เซนติเมตร

- ตัดข้อ ขูดผิว นำไปต้มในน้ำเดือดประมาณ 2 ชั่วโมง (สำหรับตอกแบน)

หรือย่างพอประมาณ (สำหรับตอกตะแคง)

(1.2) การจักตอกมี 2 ชนิด คือ

- จักตอกแบน เป็นการจักที่ซอยตามเนื้อไม้ให้มีขนาดบางเท่ากัน โดยใช้มีดที่มีความคม ใช้เพียงสองส่วน คือ ผิวไม้ และใต้ผิวไม้

- จักตอกตะแคง เป็นการใช้มีดซอยเป็นส่วนบางๆ โดยติดผิวไม้ทุกเส้นตอก ขุดเส้นซักเสียด และลบเหลี่ยมเม็ดแดง

(1.3) สีย้อมเส้นตอก ใช้สีธรรมชาติหรือสีสังเคราะห์ที่มีคุณภาพดี หลังจากการย้อมต้องล้างทำความสะอาดเส้นตอก

(1.4) ส่วนที่เป็นเนื้อไม้ให้หามาตรการป้องกันมอดและแมลงที่เหมาะสม เช่น การหมักในน้ำสะเดา ประมาณ 7 วัน เป็นต้น

(1.5) นำเส้นตอกตากแดดให้แห้งสนิท

(2) ขั้นตอนที่ 1 การจักสานชั้นลายพิกุลพื้นฐาน

(2.1) เริ่มจากการขัดลายพื้นฐาน เช่น ลายเฉลว 6 เส้น เพื่อยอนลายพิกุลหรือขึ้นลายขัดเพื่อสานลายขิดยกดอก โดยยกบางเส้นข่มบางเส้นตามจินตนาการของผู้จักสาน

(2.2) การจักสานลายขิด มีวิธีการโดย ตั้งตอกยืน (ตอกซั้ง) จากนั้นใช้ตอกสานเส้นแบนและเลือกยกบางเส้นข่มบางเส้นเพื่อให้เกิดลวดลายตามจินตนาการของผู้จักสาน

(2.3) การจักสานลายไพล มีวิธีการโดย ตั้งตอกยืน (ตอกซั้ง) จากนั้นใช้ตอกสานเส้นกลม 3 เส้นไขว้ และเลือกยกบางเส้นข่มบางเส้นเพื่อให้เกิดลวดลายตามจินตนาการของผู้จักสาน

(2.4) ลายพิกุลทุกลายต้องใช้วิธีการจักสานพื้นฐาน โดยใช้ตอกสานเส้นแบน ดังนี้

(2.4.1) ขึ้นลายเฉลว 6 เส้น (ตาชะลอม) เป็นพื้นฐาน

(2.4.2) ใช้เส้นตอกที่เรียกว่า เส้นตอกยอน 3 เส้น ยอนขึ้นฐานดอก โดยมีร่องดอกเพื่อสร้างความสม่ำเสมอของดอกให้นูนเด่น

(2.4.3) ยอนยอดดอก 3 เส้น

(3) ขั้นตอนที่ 2 การจักสานลายพิกุล เฉพาะลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพนัสนิคม ลายพิกุลร่วงลายพิกุลลายไทย ลายพิกุลดาวล้อมเดือน ลายพิกุลดอกบัว และลายพิกุลดอกแหนมี่ขั้นตอนดังนี้

(3.1) ลายพิกุลร่วง วางดอกโดยมีช่องว่างรอบดอก

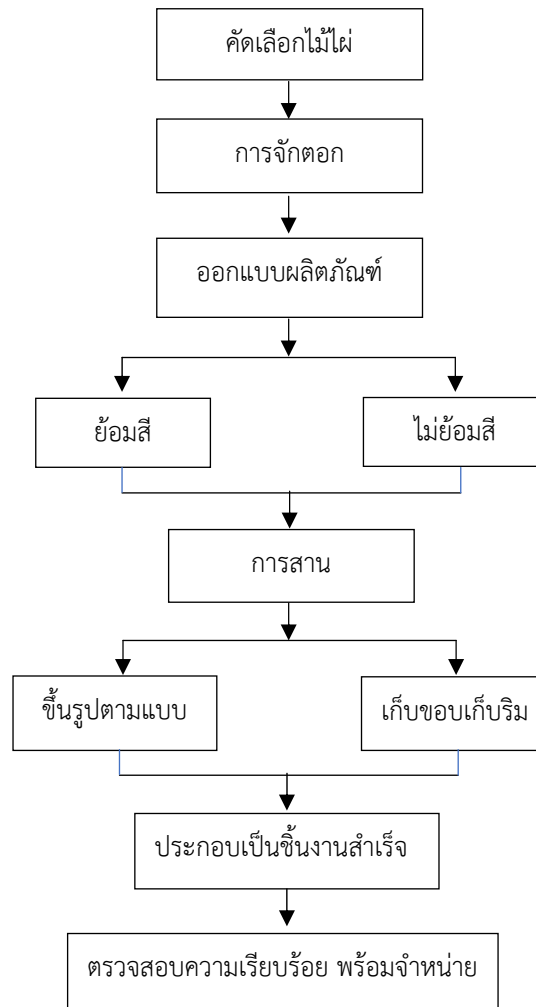
(3.2) ลายพิกุลลายไทย วางดอกโดยมีช่องว่างรอบดอก มีเส้นพาด 4 ด้านรอบดอก

(3.3) ลายพิกุลดาวล้อมเดือน วางดอกโดยมีช่องว่างรอบดอกมีเส้นพาด 6 ด้านรอบดอกยอนตานอก

(3.4) ลายพิกุลดอกบัว วางดอกโดยมีช่องว่างรอบดอกมีเส้นพาด 6 ด้านรอบดอก ยอนตาใน









(3.5) ลายพิกุลลายดอกแหนมี่ วางดอกชิดติดกัน สลับดอกตามแนวทแยงโดยใช้เส้นพาดตอกกลมแทนตอกยอน

ตารางที่ 2.11 แสดงกรรมวิธีการผลิตหัตถกรรมจักสาน ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี



2.6.8 ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรีมีการผลิต

ตารางที่ 2.12 แสดงประเภทผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม  
จังหวัดชลบุรีมีการผลิต

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลักษณะ
1. กระเป๋า	
	 <p>กระเป๋าถือหูหิ้ว      กระเป๋าหนีบ</p>
	 <p>กระเป๋าสะพาย      กระเป๋าสตางค์</p>
2. ตะกร้า	 <p>- ตะกร้าสานด้วยไม้ไผ่      - ตะกร้าผิวไม้ไผ่</p>
3. กระบุง	
4. กระจาด	
5. ถาด	
6. ฝาชี	
7. กล่องใส่ของ	

ตารางที่ 2.12 (ต่อ)

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลักษณะ
8. ตลับปักทอง	
9. พัดใบโพธิ์	

จากตารางที่ 2.12 แสดงชนิดของผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่มีการทำอยู่ทั้งหมด 9 ชนิดใหญ่ๆด้วยกัน ได้แก่ กระจเป่า ตะกร้า กระจบุง กระจจาด ถาด ฟาซี ตลับรูปปักทอง กล้อง และพัด ซึ่งสามารถแยกย่อยตามขนาดและรูปทรงได้อีกหลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางศูนย์ฯ ได้ผลิตจำหน่ายอยู่แล้ว และรับผลิตผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อนอกเหนือไปจากนี้อีกด้วย โดยทางศูนย์ฯ มีผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับทางศูนย์มาเป็นเวลานาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทกระจเป่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่าย และมีคำสั่งซื้อมากที่สุดจากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

ซึ่งจากการลงพื้นที่ศึกษา สังเกต และสัมภาษณ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของศูนย์ฯ ผู้วิจัยจึงได้ทำการเลือกศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์กระจเป่าจักสานของศูนย์ฯ จำนวน 18 ชิ้น แบบเจาะจงจากผลิตภัณฑ์ที่ทางศูนย์ฯ มีการผลิตเพื่อจัดจำหน่าย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายที่ดีที่สุดและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดของทางศูนย์ฯ เพื่อจะได้นำกระบวนการผลิต รายละเอียดปลีกย่อย และลวดลายต่างๆ ของทางศูนย์ฯ ไปประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป ผลการศึกษาและการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีดังนี้

ตารางที่ 2.13 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
1.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าลายดอกพิกุลทรงแอปเปิ้ล (ลายไทย)</p> <p>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย : ลายดอกพิกุล (ลายไทย)</p> <p>วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่จูงนางด้วยหวาย</p> <p>วิธีการผลิต : สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ ใส่ไม้คานเพื่อดันทรง นำมาจูงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p>ด้านในบุด้วยวัสดุ : การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p>ราคา : 13,000 บาท</p>
2.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าลายดอกพิกุลทรงข้าวต้มมัด</p> <p>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย : ลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม)</p> <p>วัสดุ : ไม้ไผ่ ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่จูงนางด้วยหวาย</p> <p>วิธีการผลิต : สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ นำมาจูงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p>ด้านในบุด้วยวัสดุ : การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p>ราคา : 12,000 บาท</p>
3.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าลายดอกพิกุล (ลายไทย)</p> <p>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย : ลายดอกพิกุล (ลายไทย)</p> <p>วัสดุ : ไม้ไผ่ ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่จูงนางด้วยหวาย</p> <p>วิธีการผลิต : สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ นำมาจูงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p>ด้านในบุด้วยวัสดุ : การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p>ราคา : 11,000 บาท</p>

ตารางที่ 2.13 (ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
4.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าลายดอกพิกุลทรงเมล็ดถั่ว</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม)</p> <p><b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ <b>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ นำมาจุงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p><b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p><b>ราคา :</b> 11,000 บาท</p>
5.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าลายดอกพิกุลทรงไข่นกกระทา</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายดอกพิกุล (ลายพิกุลร่วง)</p> <p><b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ <b>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ นำมาจุงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p><b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p><b>ราคา :</b> 10,500 บาท</p>
6.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าลายดอกพิกุลทรงสามเหลี่ยม</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม)</p> <p><b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ <b>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ ใส่ไม้คานเพื่อดันทรง นำมาจุงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p><b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> ถักโครเชต์/ผ้าไหม <b>ราคา :</b> 10,500 บาท</p>
7.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าลายขีดทรงข้าวต้มมัด</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายขีด <b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่</p> <p><b>ขอบกระเป๋าใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นลายขีด 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ นำมาจุงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน</p> <p><b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> ถักโครเชต์/ผ้าไหม</p> <p><b>ราคา :</b> 9,000 บาท</p>

ตารางที่ 2.13(ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
8.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าลายดอกพิกุลหน้าบกลาง</p> <p><b>ตัวกระเป๋าใช้ลวดลาย :</b> ลายดอกพิกุล (ดาวล้อมเดือน)</p> <p><b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ <b>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการนำมาจุงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน <b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p><b>ราคา :</b> 9,000 บาท</p>
9.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าลายขีดทรงหอยแครงหูสั้น</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายขีด</p> <p><b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ <b>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นลายขีด 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ ใส่ไม้คาคเพื่อดันทรง นำมาจับขอบด้วยไม้ไผ่ดัดโค้ง หรือยึดด้วยบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน <b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> การถักโครเชต์ / ผ้าไหม</p> <p><b>ราคา :</b> 6,000 บาท</p>
10.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าคลัชลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม)</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม)</p> <p><b>วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ <b>ขอบกระเป๋า ใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานแผ่นตาชะลอม 1 แผ่น และแผ่นซับใน 1 แผ่น นำแผ่นตาชะลอมมายอนดอกพิกุลให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปอัดขอบให้ได้รูปทรงที่ต้องการ ทำลิ้นในแล้วนำมาจุงนางด้วยหวาย ยึดด้วยหวายพันเอ็น หรือยึดด้วยการติดบานพับ ติดอะไหล่ และบุด้านใน <b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> โครเชต์/ ผ้าไหม</p> <p><b>ราคา :</b> 3,900 บาท</p>
11.		<p><b>ชื่อผลิตภัณฑ์ :</b> กระเป๋าแบนใหญ่ลายคลื่น ขอบจุงนางหูสั้น ผาชิป วัสดุ : ไม้ไผ่ หูกระเป๋า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p><b>ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายคลื่น <b>ก้นกระเป๋า ใช้ลวดลาย :</b> ลายขีด <b>ขอบกระเป๋าใช้วัสดุ :</b> ไม้ไผ่ดัดโค้ง ผูกหวายจุงนาง</p> <p><b>วิธีการผลิต :</b> สานขึ้นก้นกระเป๋าและขึ้นมุม แล้วสานตัวกระเป๋า ดัดโค้งเก็บขอบผูกหวาย ใส่หูกระเป๋า บุผ้า</p> <p><b>ด้านในบุด้วยวัสดุ :</b> ผ้าฝ้าย <b>ราคา :</b> 3,000 บาท</p>

ตารางที่ 2.13(ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
12.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าแบนเล็กลายขีด</p> <p>หุกระเป่า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่จุงนางด้วยหวาย</p> <p>ตัวกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายขีด (ลายไทยเล็ก) วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ก้นกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายขีด วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ขอบกระเป่า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่ดัดโค้ง ผูกหวายจุงนาง</p> <p>วิธีการผลิต : สานก้นกระเป่า 1 ชั้น สานตัวกระเป่ากับพิม 1 ชั้น นำสองชิ้นมาเย็บติดกับด้วยเอ็น เก็บขอบ ใส่หุกระเป่าและบุผ้า ด้านในบุด้วยวัสดุ : ผ้าต่วน</p> <p>ราคา : 2,500 บาท</p>
13.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าญี่ปุ่นลายปลาหูเจาะ</p> <p>หุกระเป่า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่พันด้วยหวายเดินลาย</p> <p>ตัวกระเป่าและก้นกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายปลา</p> <p>วัสดุ : ไม้ไผ่ ขอบกระเป่า ใช้วัสดุ : การพับปาก / ไม้ไผ่ผูกหวายจุงนาง / หวาย</p> <p>วิธีการผลิต : สานขึ้นก้นกระเป่าและขึ้นมุม แล้วสานต่อไปประมาณ 1/3 ของตัวกระเป่า แล้วนำพิมพีไม้มาใส่ที่ตัวกระเป่าแล้วสานต่อจนเสร็จ จัดตอก พับปาก ผูกหวายจุงนางและคล้องหุกระเป่า ด้านในบุด้วยวัสดุ : ผ้าต่วน</p> <p>ราคา : 2,200 บาท</p>
14.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป่าทรงรีลายกากบาทหูคืบหวายบุผ้า</p> <p>หุกระเป่า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่พันด้วยหวายเดินลาย</p> <p>ตัวกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายกากบาท วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ก้นกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายสอง วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ขอบกระเป่าใช้วัสดุ : การพับปาก/ไม้ไผ่ผูกหวายจุงนาง/หวาย</p> <p>วิธีการผลิต : สานก้นกระเป่า 1 ชั้น สานตัวกระเป่ากับพิมพี 1 ชั้น นำสองชิ้นมาเย็บติดกันด้วยเอ็น เก็บขอบ ใส่หุกระเป่าและบุผ้า ด้านในบุด้วยวัสดุ : ผ้าต่วน</p> <p>ราคา : 2,000 บาท</p>

## ตารางที่ 2.13(ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
15.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าญี่ปุ่นลายสามโล่สี</p> <p>หุกระเป่า ใช้วัสดุ : ไม้ไผ่พันด้วยหวายเดินลาย</p> <p>ตัวกระเป่า / ก้นกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายสาม วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ขอบกระเป่า ใช้เทคนิค : การพับปาก วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>วิธีการผลิต : สานขึ้นก้นกระเป่าและขึ้นมุม แล้วสานต่อไป 1/3 ของตัวกระเป่า นำพิมพ์ไม้ไผ่แล้วสานต่อจนเสร็จ बुผ้าติดชิป และคล้องหู</p> <p>ด้านในบุด้วยวัสดุ : ฝ้าย</p> <p>ราคา : 1,500 บาท</p>
16.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าญี่ปุ่นลายคลื่น หุคล้องหนัง บุผ้า</p> <p>หุกระเป่า ใช้ลวดลาย/วัสดุ : ไม้ไผ่พันด้วยหวายเดินลาย</p> <p>ตัวกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายคลื่น วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ก้นกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายคลื่น วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ขอบกระเป่า ใช้เทคนิค : การพับปาก วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>วิธีการผลิต : สานขึ้นก้นกระเป่าและขึ้นมุม แล้วสานต่อไป ประมาณ 1/3 ของตัวกระเป่า แล้วนำพิมพ์ไม้ไผ่มาใส่ที่ตัวกระเป่าแล้วสานต่อจนเสร็จ จัดตอก พับปาก बुผ้าติดชิป และคล้องหุกระเป่า ด้านในบุด้วยวัสดุ : ฝ้าย</p> <p>ราคา : 1,500 บาท</p>
17.		<p>ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าลายคลื่นก้นใหญ่บุผ้าฝ้าย</p> <p>หุกระเป่า ใช้วัสดุ : ฝ้าย</p> <p>ตัวกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายคลื่น วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ก้นกระเป่า ใช้ลวดลาย : ลายคลื่น วัสดุ : ไม้ไผ่</p> <p>ขอบกระเป่า ใช้เทคนิค : เย็บขอบกระเป่า วัสดุ : ฝ้าย</p> <p>วิธีการผลิต : สานขึ้นก้นกระเป่าและขึ้นมุม แล้วสานต่อไป ประมาณ 1/3 ของตัวกระเป่า แล้วนำพิมพ์ไม้ไผ่มาใส่ที่ตัวกระเป่าแล้วสานต่อจนเสร็จ จัดตอก พับปาก बुผ้า และเย็บหุกระเป่าด้านในบุด้วยวัสดุ : ฝ้าย</p> <p>ราคา : 1,700 บาท</p>

ตารางที่ 2.13(ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
18.		ชื่อผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าสะพายสายยาว ทูกระเป๋า ใช้วัสดุ : เชือก ตัวกระเป๋า ใช้ลวดลาย : ลายไทย วัสดุ : ไม้ไผ่ ก้นกระเป๋า ใช้ลวดลาย : ลายไทย วัสดุ : ไม้ไผ่ ขอบกระเป๋า ใช้เทคนิค : การพับปาก วัสดุ : ไม้ไผ่ วิธีการผลิต : สานขึ้นก้นกระเป๋าและขึ้นนม แล้วสานต่อไป ประมาณ 1/3 ของตัวกระเป๋า แล้วนำพิมพีไม้มาใส่ที่ตัว กระเป๋าแล้วสานต่อจนเสร็จ จัดดอก พับปาก बुผ้า และร้อย เชือก ด้านในบุด้วยวัสดุ : ฝ้าย่วน ราคา : 900 บาท

จากตารางที่ 2.13 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรี พบว่า ผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานของศูนย์ฯ เป็นประเภทกระเป๋าถือ จะเลือกใช้วัสดุเป็นไม้ไผ่ และหวายในการผลิตเป็นหลัก ไม่เคยมีการเลือกใช้วัสดุอื่นเข้ามาแทรกหรือทำแซมไปกับตัวผลิตภัณฑ์ ลวดลายที่พบมักเป็นลวดลายที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษและลายที่นำมาประยุกต์ขึ้นใหม่มีผลิตเป็นส่วนน้อย ภายในจะเลือกใช้ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และฝ้าย่วนในการบุภายใน โดยจะเลือกผ้าบุตามลักษณะของลวดลายที่ใช้สาน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าอีกทางหนึ่งด้วย

## 2.7 แนวคิดผลิตภัณฑ์ หลักการและทฤษฎีการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์

### 2.7.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

#### 2.7.1.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์

สุดาตวง เรืองรุจิระ.(2541 : 109) ให้ความหมายไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ องค์ประกอบที่รวมกันแล้ว สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพอใจจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือสามารถตอบสนองสิ่งที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์

ธงชัย สันติวงษ์. (2537 : 271) ให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ต้องออกแบบให้มีคุณลักษณะที่ดีพร้อม เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และไม่เป็นปัญหาในแง่ของการผลิตมากนัก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541 : 35) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และ(หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน
2. พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น
3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (product Mix) และสายผลิตภัณฑ์

### 2.7.1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2543 : 15-25) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถจูงใจตลาด 4 ประการ ได้แก่

1. ความสามารถในการจูงใจของสิ่งที่นำเสนอต่อตลาด (Attractiveness of The Market Offering) ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง

2. รูปลักษณะ (Features) และคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ลักษณะผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพ สามารถตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีกว่าคู่แข่ง

3. ส่วนประสมบริการและคุณภาพบริการ (Services Mix and Quality) ปัจจัยที่ให้บริการสนับสนุน จะต้องคำนึงถึงว่าจะจัดบริการเสริมอะไรให้กับลูกค้าได้บ้าง

4. ราคา ซึ่งถือเกณฑ์คุณค่า (Value-Base Prices) ในการตั้งราคานี้จะต้องยึดถือคุณค่าการรับรู้ผลิตภัณฑ์ (Perceived Value) เพราะเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์

### 2.7.1.3 ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ (Product Level)

ซึ่งในผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีลักษณะอย่างน้อย 2 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์หลัก และรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

(1) ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าซื้อเพื่อตอบสนองต่อ ความจำเป็น หรือความต้องการ การมุ่งพัฒนาความแตกต่างให้โดดเด่นจะเป็นเรื่องเชิงคุณสมบัติหรือเชิงวิศวกรรม

(2) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Formal or Tangible Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่ลูกค้ามองเห็นได้ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกของลูกค้า โดยเฉพาะเมื่อลูกค้าประเมินว่าผลิตภัณฑ์หลัก(ข้อที่1) ไม่แตกต่างกัน จึงเน้นการพัฒนาเรื่องของวัสดุ รูปร่าง รูปทรง บรรจุภัณฑ์ ฉลาก ฯลฯ มุ่งเน้นเรื่องของสไตล์ ภาพรวม การออกแบบที่ลงตัว

(3) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) เป็นกลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับ และใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า การเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง จะคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's Satisfaction) จึงมุ่งไปที่การเข้าใจให้ได้ว่าลูกค้ายังคงคาดหวังอะไรอีก ซึ่งอาจจะต้องใช้การสังเกตลูกค้า พูดคุยสอบถามหรือวิจัย

(4) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง สิ่งที่ได้รับเพิ่ม เกินความคาดหวัง ผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลัก และรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) การขนส่ง 2) การให้สินเชื่อ 3) การรับประกัน 4) การบริการหลังการขาย 5) การติดตั้ง 6) การให้บริการอื่นๆ

(5) ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาไปเพื่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต

## 2.7.2 ข้อมูลด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

### 2.7.2.1 การทำงานของการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยแท้จริงแล้วนั้นไม่มีกฎตายตัวในการออกแบบเพื่อส่งผลให้เกิดแนวคิดใหม่ใหม่แต่ยังคงต้องอาศัยการทำงานที่เป็นขั้นตอนอยู่บางครั้งการสร้างเอกลักษณ์ใหม่ให้ผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์ใหม่ใหม่ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ในการออกแบบโดยวิริยา พึ่งทอง (2536) อ้างถึงโดย(นิรัช สุตสังข์. 2557 : 76) ได้แบ่งการทำงานของกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 วิธีดังนี้

2.7.2.1.1 วิธีการออกแบบโดยถือหลักรูปแบบของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (form follow function)

2.7.2.1.2 การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าตามแนวโน้มการออกแบบ(Design Trend)

2.7.2.1.3 การสร้างเอกลักษณ์สินค้าโดยพิจารณาจากขั้นตอนการใช้งานของผลิตภัณฑ์และเลือกพัฒนาเพียงจุดเดียวของขั้นตอนทั้งหมด

2.7.2.1.4 การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าที่ไม่คำนึงถึงแนวโน้มของการออกแบบโดยที่รูปแบบของผลิตภัณฑ์อาจจำกัดหรือไม่จำกัดอยู่กับประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นและมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ในทุกจุดของการใช้งานแต่ยังคงรักษาการใช้งานหลักไว้

### 2.7.2.2 องค์ประกอบศิลป์ที่ใช้ในการออกแบบ(ประสพ ลีเหมือดภัย.2544:47-59)

2.7.2.2.1 สัดส่วนคือขนาดรูปร่างของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบซึ่งต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสมในการใช้งานเช่นขนาดของแขนเสื้อต้องสั้นหรือเท่ากับขนาดความสูงของเสื้อ เป็นต้น

2.7.2.2.2 รูปทรงคือรูปทรงของผลิตภัณฑ์ในลักษณะสามมิติที่มองเห็นได้จากภายนอกเช่นความคับและรวมของเสื้อผ้ามาสวมใส่รูปทรงของกระเป๋าใส่ของจนเต็ม

2.7.2.2.3 รูปร่างคือรูปร่างของผลิตภัณฑ์ในลักษณะสองมิติเช่นความกว้างและสูงของกระเป๋า

2.7.2.2.4 จังหวะคือจังหวะของลวดลายบนผลิตภัณฑ์โดยมีผลต่อความรู้สึกต่างๆของผู้ใช้หรือบุคคลรอบข้างเช่นอ่อนหวานหยาดกระด้าง เป็นต้น

2.7.2.2.5 ช่องว่างคือช่องว่างของลวดลายบนผลิตภัณฑ์เพราะหากตกแต่งมากจนเกินไปจะทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ลดลงการมีช่องว่างไว้บ้างจะทำให้รู้สึกสบายตาเมื่อมองผลิตภัณฑ์

2.7.2.2.6 ความกลมกลืนคือความกลมกลืนของสีและลวดลายด้วยสีควรใช้สีที่ไปในโทนเดียวกันและด้วยหลายคนเป็นลวดลายที่กลมกลืนกัน

2.7.2.2.7 จุดเด่นคือจุดสนใจที่เปรียบเสมือนจุดดึงดูดสายตาเช่นโลโก้บนผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ติดลงบนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.7.2.2.8 การตัดกันคือลักษณะที่ตรงข้ามกันบนผลิตภัณฑ์เช่นตัดกันด้วยเส้นตัดกันด้วยสี เป็นต้นซึ่งอาจช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ได้

### 2.7.2.3 สีที่ใช้กับผลิตภัณฑ์

(1) การรับรู้เรื่องสี เกิดจากการมองเห็นรับเอาแสงที่ตกกระทบออกมาเป็นสีต่างๆ หากเกิดการผิดพลาด เช่นตาบอดสีก็จะส่งผลเสีย

(2) อิทธิพลของสีกับความรู้สึก ในด้านจิตวิทยา สีเป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกและมีผลต่อจิตใจของมนุษย์ โดยสีต่างๆจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน (ธีระชัย สุขสด.2544 : 58) ได้แก่

**สีฟ้า** ให้ความรู้สึกสงบ สุขุม สุภาพ หนักแน่น เครื่องขีมิ เอาการเอางาน ละเอียด รอบคอบ สง่างาม มีศักดิ์ศรี สูงศักดิ์ เป็นระเบียบถ่อมตน สามารถลดความตื่นเต้น และช่วย ทำให้มีสมาธิ แต่ถ้ามีสีน้ำเงินแซมเกินไป ก็จะทำให้รู้สึกซึมเศร้าได้

**สีเขียว** เป็นสีในวรรณะเย็น จะสร้างความรู้สึกระบาย ใช้เป็นสีที่ช่วย ผ่อนคลายความเครียดได้ ให้ความรู้สึก สงบ เงียบ ร่มรื่น ร่มเย็น การพักผ่อน การผ่อนคลาย ธรรมชาติ ความปลอดภัย ปกติ ความสุข สุขุม เยือกเย็น

**สีเหลือง** เป็นสีแห่งความเบิกบาน เจริญอารมณ์ และเรียกร้องความสนใจ ให้ความรู้สึกแจ่มใส ความสดใส ความร่าเริง ความเบิกบานสดชื่น ชีวิตใหม่ ความสด ใหม่ ความสุขสว่าง การแผ่กระจาย อำนาจบารมี

**สีแดง** เป็นสีที่สร้างความตื่นเต้น และกระตุ้นสมอง สีแดงปานกลางแสดงถึง ความมีสุขภาพดี ความมีชีวิต ความรัก ความสำคัญ ความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งคั่ง สีแดงจัดมีความหมายแฝงด้านกามารมณ์ นอกจากนี้สีแดงยังสร้างความรู้สึกรุนแรง ให้ความรู้สึกร้อน กระตุ้น ทำท่าย เคลื่อนไหว ตื่นเต้น ระวัง มีพลัง มันจะใช้กันกรณีเกี่ยวกับความตื่นเต้น หรืออันตราย

**สีม่วง** ให้ความรู้สึก มีเสน่ห์ น่าติดตาม เร้นลับ ซ่อนเร้น มีอำนาจ มีพลัง แฝงอยู่ ความรัก ความเศร้า ความผิดหวัง ความสงบ ความสูงศักดิ์ เป็นสีที่ลอบโยน และช่วยลด ความเครียด แต่เดิมสีม่วงได้มาจากสัตว์มีกระดูกสันหลัง ในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน มีชื่อว่า Purpura จึงได้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Purple

**สีส้ม** ให้ความรู้สึก ร้อน ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา อบอุ่น ความ คึกคะนอง การปลดปล่อย ความเปรี้ยว การระวัง เป็นสีที่เร้าความรู้สึก ปรกติควรใช้แต่น้อยเมื่อเทียบกับสีอื่น สังเกตว่าคนที่อยู่ในห้องสีส้มจะอยู่ได้ไม่นาน

**สีน้ำตาล** ให้ความรู้สึกอบอุ่น ได้พักผ่อน แต่ควรใช้ร่วมกับสีส้ม เหลือง หรือ สีทอง เพราะถ้าใช้สีน้ำตาลเพียงสีเดียว อาจทำให้เกิดความรู้สึกหดหู่ได้

**สีเทา** ให้ความรู้สึก เศร้า อาลัย ท้อแท้ ความลึกลับ ความหดหู่ ความขร ความสงบ ความเงียบ สุขุม ถ่อมตน สีนี้อ่อนคือทำให้เย็น แต่สร้างความรู้สึกรู้สึก หม่นหมองได้ ควรใช้ร่วมกับสีที่มีชีวิต โทนสว่างอย่างน้อยหนึ่งสี

**สีขาว** ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบาบาง อ่อนโยน เปิดเผย การ เกิด ความรัก ความหวัง ความจริง ความเมตตา ความศรัทธา ความดีงาม ให้ความรู้สึกรื่นเริง โดยเฉพาะเมื่อใช้กับสีแดง เหลือง และส้ม

**สีชมพู** ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน เป็นผู้หญิง ประณีต ร่าเริง

**สีทอง** ให้ความรู้สึกมั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์

#### 2.7.2.4 รูปร่างของผลิตภัณฑ์ในการออกแบบ

ทวิส เพ็งสา (2528 : 19) ได้กล่าวถึงรูปร่างของผลิตภัณฑ์ว่ามีลักษณะสามมิติ ประกอบด้วยความกว้างความยาวความสูงซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับรูปร่างเพื่อให้เกิด ความแม่นยำและเชี่ยวชาญในการกำหนดรูปร่างของผลิตภัณฑ์อีกทั้งยังต้องออกแบบให้สอดคล้องและ สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จากรูปร่างของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในลักษณะหลากหลายแบบ(ธีรชัย สุขสด.2544 : 152) ดังนี้

2.7.2.4.1 รูปร่างที่ประหยัดพื้นที่ในการจัดวางอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์บางประเภทมีลักษณะเป็นชุดหรือมีหน่วยที่สามกันอย่างต่อเนื่อง จึงควรเลือกรูปร่างที่สามารถช่วยให้ง่ายต่อการจัดวางทางด้านพื้นที่และเกิดความประหยัดพื้นที่ด้วย

โดยหยุดความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักรูปร่างที่คำนึงในการจัดวางควรจะมีคุณสมบัติ เพื่อจะได้จัดวางรูปทรงได้อย่างต่อเนื่องเช่นรูปทรงเลขาคณิตต่างๆโดยเฉพาะรูปสี่เหลี่ยมเป็น รูปร่างที่ถือได้ว่าสามารถจัดวางได้สะดวกและประหยัดพื้นที่มากที่สุดแต่ในการออกแบบบางครั้ง จำเป็นต้องมีความจำเป็นของรูปร่างในการปรับเปลี่ยนการจัดวางไม่ให้ซ้ำแบบเดิมๆด้วย

### 2.7.3 ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

วีชรินทร์ จรุงจิตสุนทร.(2548 : 15-17) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบ เป็นกิจกรรมการ แก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วย จุดประสงค์ที่ต้องการให้กลายเป็นสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบสร้างขึ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือ ปรับปรุงตกแต่งของเดิม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย

ขอบเขตของการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น วีชรินทร์ จรุงจิตสุนทร ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handicrafts) และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Products) แต่ใน งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การศึกษาข้อมูลเฉพาะส่วนของ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handicrafts) เท่านั้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handicrafts) ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักเป็นคนเดียวกัน และสัมพันธ์ กับผลิตภัณฑ์นั้น ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ มักสอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวเข้าไปในผลงาน ที่ทำด้วย จุดประสงค์ดั้งเดิมทำขึ้นเพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ ที่ความไม่เหมือนกันในรายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้น เป็นงานประดิษฐ์ที่ละเอียดอ่อนที่เครื่องจักร ทำได้ยาก

#### 2.7.3.1 คุณประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

- ปรับปรุง ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง สะดุดตา และง่ายต่อการจดจำ
- สร้างเอกลักษณ์สินค้า ให้เกิดสัมผัสและการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์
- รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถ สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้นทั้งทางกายภาพและทางจิตใจ
- เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้าได้
- ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร เช่น ออกแบบให้ผลิตง่าย ลดขั้นตอน เลือกใช้วัสดุ ภายในประเทศ
- ขยายตลาดสินค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ สร้างความ ต้องการใหม่สรรงตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

#### 2.7.3.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดี

2.7.3.1.1 ความแปลกใหม่ (Innovative) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำ มีการ นำเสนอความแปลกใหม่ ในด้านต่างๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอยที่ต่างจากเดิม รูปแบบใหม่ วัสดุใหม่ หรือ อื่นๆ ที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้น

2.7.3.1.2 มีที่มา (Story) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติ มีที่มา หรือเล่า ความคิดรวบยอดของการออกแบบให้ผู้บริโภคทราบเรื่องราวเหล่านั้นได้ เช่นนาฬิกาของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ กล่าวถึงต้นกำเนิดมาจากงานช่างฝีมือในหมู่บ้านที่เก่าแก่หมู่บ้านหนึ่งที่มีการสืบทอด กันต่อๆจนถึงปัจจุบัน

2.7.3.1.3 ระยะเวลาเหมาะสม (Timing) การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดนั้น เหมาะสมตามฤดูกาล หรือตามความจำเป็น หรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลา

นั้นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อกันฝนหรือร่ม ก็ควรจะออกสู่ตลาดช่วงฤดูฝน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าชุดนักเรียนก็ควรจะออกสู่ตลาดช่วงฤดูกาลก่อนเปิดภาคเรียน เป็นต้น

2.7.3.1.4 ราคาพอสมควร (Price) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดโดยอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูล ก่อนทำการออกแบบหรือพัฒนา

2.7.3.1.5 มีข้อมูลข่าวสาร (Information) ข้อมูลข่าวสารของตัวผลิตภัณฑ์ควรจะสื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบและเข้าใจอย่างถูกต้อง ในด้านประโยชน์และวิธีการใช้งาน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและผลิตภัณฑ์

2.7.3.1.6 เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือกลุ่มสังคมเป้าหมาย ไม่เป็นสิ่งที่ทำให้ เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม หรือศาสนา

2.7.3.1.7 มีอายุการใช้งาน (Life Cycle) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพของการใช้งาน หรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ และราคาที่จำหน่าย

## 2.7.4 ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (Logo and Packaging)

### 2.7.4.1 ความหมายของตราสินค้า

คำจำกัดความของตราสินค้า Schultz and Schultz.(2004 : 301-304)กล่าวว่า ตราสินค้าหมายถึงชื่อเครื่องหมายทางการค้าสัญลักษณ์หรือการออกแบบที่เป็นการระบุถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขายเพื่อให้สินค้าตนเองต่างจากคู่แข่งโดยให้ความหมายของตราสินค้าว่าต้องมีการผ่านความชำนาญในการส่งเสริมการตลาดและทำให้เข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าเพื่อให้เกิดการยอมรับในคุณค่าและคุณสมบัติทางการตลาด(ค่านาย อภิปรัชญาสกุล.2557 : 22-27)ส่วนสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาให้ความหมายของตราสินค้าว่าเป็นชื่อการตั้งชื่อหรือสัญลักษณ์หรือการร่วมกันทั้งหมดโดยสรุปมุมมองเกี่ยวกับตราสินค้าไว้ 3 มุมมองดังนี้

(1) ตราสินค้ากับประโยชน์ในการป้องกันด้านกฎหมาย อาจจะเป็นชื่อคำอธิบายสัญลักษณ์หรือตราสัญลักษณ์ของบริษัทหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ก็ได้ หรือแม้กระทั่งการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าสามารถจดทะเบียนทางกฎหมายนำไปสู่ความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์และความเป็นเจ้าของที่สำคัญคือการผูกขาดโดยการใช้กฎหมาย

(2) ตราสินค้ากับประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถทำได้โดยผ่านกิจกรรมทางการตลาดซึ่งเป็นการป้องกันการโจมตีจากคู่แข่ง

(3) ตราสินค้ากับประโยชน์ทางการเงินแนวทางการสร้างคุณค่าตราสินค้าสำหรับองค์กรมีดังนี้

(3.1)รูปแบบของการสร้างตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญซึ่งจะทำให้ตราสินค้านั้นดำรงอยู่ในตลาดและสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นทั้งจากลูกค้าปัจจุบันและอนาคต

### 2.7.4.2 ตราสินค้า หรือโลโก้

คือเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่เป็นผลของการออกแบบกราฟฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์(symbolism)เป็นภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่างๆที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์แก่สินค้าและบริษัทของตนโดยวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะของตนเองสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ให้ผู้พบเห็นจดจำได้ง่ายเกิดความน่าเชื่อถือ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล.2557 : 93-105)

#### (1) ประโยชน์ของโลโก้

- สามารถใช้สื่อสารข้อมูลข่าวสารในเวลาที่สูงขึ้นเนื่องจากมีความชัดเจนมากกว่าการใช้ข้อความ
- ใช้พื้นที่น้อยกว่าการใช้ข้อความหรือวลีขนาดของสัญลักษณ์สามารถย่อขยายได้ตามต้องการ
- มีการนำไปใช้อย่างสากล
- สามารถทำให้กลุ่มลูกค้าจดจำได้ง่ายขึ้นและสื่อให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ของธุรกิจ
- เป็นแบรนด์เนม ทางการค้าที่สร้างความน่าเชื่อถือและมีภาพพจน์ที่ดี

## (2) ประเภทของโลโก้

(2.1) ประเภทที่1 Letter make หรือ Monogram แล้วก็ประเภทนี้มักใช้กับธุรกิจที่มีชื่อยาวแต่ต้องการย่อให้เหลือตัวอักษรเพียงไม่กี่ตัวเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำและด้วยเหตุนี้เองทำให้โลโก้ประเภทนี้ถูกออกแบบให้เป็นรูปตัวอักษรที่อ่านง่ายขึ้นโดยอาจจะมีการออกแบบลักษณะอักษรพิเศษหรือใส่องค์ประกอบที่ทำให้โลโก้เด่นแตกต่างจากอักษรทั่วไป

(2.2) ประเภทที่2 Wordmark หรือ Logotype โลโก้ประเภทนี้จะขายกับประเภทแรกตรงที่ยังคงเป็นโลโก้ที่เน้นการใช้ตัวอักษรเหมือนกันแต่จะต่างกันตรงที่เป็นชื่อเต็มนำมาทำโลโก้แทนที่จะเป็นชื่อย่อเพราะว่าชื่อธุรกิจเป็นคำที่แปลกใหม่มีเอกลักษณ์ในตัวเองอยู่แล้วซึ่งอาจจะเป็นคำที่ไม่มีความหมายก็ได้แต่เมื่อผู้คนที่ฟังหรืออ่านก็สามารถจดจำติดปากได้ทันทีเนื่องจากโลโก้ประเภทนี้เน้นหนักไปที่ตัวอักษร การออกแบบจึงเน้นตัวอักษรเป็นเอกลักษณ์ให้เหมาะสมกับธุรกิจ

(2.3) ประเภทที่3 Pictorial Mark หรือ Logo Symbol โลโก้ประเภทนี้เกิดจากการนำเอารูปภาพที่คุณตามาออกแบบใหม่ให้เป็นไอคอนที่จดจำได้ง่ายขึ้นซึ่งเวลาคนเราเห็นครั้งแรกจะนึกออกทันทีว่าเป็นรูปอะไรธุรกิจประเภทนี้จะป็นธุรกิจที่ผู้คนรู้จักกันดีอยู่แล้ว

(2.4) Abstract Logo Mark โลโก้ประเภทนี้จะขายกับแบบที่แล้วตรงที่เน้นรูปภาพแต่ลูกก็ประเภทนี้จะเน้นภาพสมมุติที่เกิดจากการนำเอารูปเรขาคณิตมาออกแบบให้เกิดเป็นสัญลักษณ์ใหม่ที่แปลกตาหรือเป็นรูปทรงนามธรรมแทนที่จะเป็นรูปสัตว์หรือผลไม้ข้อดีของโลโก้ประเภทนี้เราสามารถออกแบบให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมากๆแตกต่างจากเดิมที่เราเคยเห็นในชีวิตประจำวันอีกทั้งยังสามารถสื่อสารถึงคุณค่าของแบรนด์ผ่านลายเส้นรูปลักษณ์ที่เราสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง

(2.5) Mascot โลโก้ประเภทนี้มักจะออกแบบเป็นรูปคนหรือตัวการ์ตูนที่สื่อถึงผู้ก่อตั้งหรือตัวแทนของแบรนด์ โลโก้ชนิดนี้ เหมาะแก่การสร้างบรรยากาศแบรนด์ให้ผู้รู้สึกคุ้นเคยเป็นกันเอง เป็นมิตร

(2.6) Combination Mark ประเภทนี้เป็นการร่วมกันระหว่างตัวอักษรและรูปภาพภายในโลโก้เดียวด้วยเหตุนี้ทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างกว้างขวางเพราะผู้คนสามารถจดจำทั้งภาพและชื่อแบรนด์ได้ในเวลาเดียวกันแม้จะไม่เคยรู้จักแบรนด์นั้นมาก่อนแล้วในอนาคตสามารถลดทอนชื่อแบรนด์ออกไปให้เหลือแต่เพียงรูปภาพอย่างเดียวก็ได้เมื่อแบรนด์เป็นที่รู้จักกว้างขวางแล้ว

(2.7) Emblem โลโก้ประเภทนี้เป็นแบบตราสัญลักษณ์ที่อยู่ในกรอบเป็นกลุ่มก้อนเดียวกันอาจเป็นกรอบสี่เหลี่ยมวงกลมหรือรูปอื่นๆที่ประกอบด้วยรูปภาพหรือตัวอักษรในกรอบนั้นอีกทีแล้วก็ตามประเภทนี้มีความคลาสสิกมั่นคงแข็งแรงน่าเชื่อถือจึงนิยมใช้ในองค์กรของรัฐ

โรงเรียนและทีมกีฬาแต่อาจจะมีข้อเสียในการนำไปใช้บนสื่อขนาดเล็กหรือการมองเห็นในระยะไกล หากถูกออกแบบให้มีรายละเอียดมากจนเกินไป

### 2.7.4.3 บรรจุกฎเกณฑ์

#### 2.7.4.3.1 ความหมายของบรรจุกฎเกณฑ์

บรรจุกฎเกณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาดโดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการเน้นถึงความสำคัญของผู้บริโภค และจะเห็นว่าการบรรจุกฎเกณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองมีการพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุกฎเกณฑ์แทน ความหมายของบรรจุกฎเกณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อนี้ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ว่า (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล.2557 : 38-39)

- Packaging หมายถึงกลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบการผลิตภาชนะบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า บรรจุกฎเกณฑ์เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิดกับฉลากและตราสัญลักษณ์

- Packaging หมายถึงกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะบรรจุสิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุกฎเกณฑ์

- Packaging หมายถึงการนำเอาวัสดุเช่นกระดาษพลาสติกแก้วโลหะไม้ ประกอบกันเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้าเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรงสวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีมีภาษาในการติดต่อสื่อสารและทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภวรรณ กาจธีระเวคิน. (2547 : 79) ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และส่วนเหลือการตลาดของเครื่องจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในอาชีพจักสานของกลุ่มจักสานบ้านนากลางเฉลี่ย 17.30 ปี ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานไม้ไผ่บ้านคุณปรานี เฉลี่ย 11 ปี กลุ่มจักสานบ้านนากลางทำอาชีพจักสานเป็นอาชีพหลักร้อยละ 50 ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสาน ร้อยละ 55 ต้นทุนการผลิตต่อใบของกล่องไม้ไผ่ที่รองจาน ตะกร้าหม้อตาล กระเป๋าญี่ปุ่น เท่ากับ 22.92 19.54 133.18 และ 1,104.06 บาทตามลำดับกำไรเหนือต้นทุนผันแปรต่อใบของ กล่องไม้ไผ่ ที่รองจานไม้ไผ่ ตะกร้าหม้อตาล กระเป๋าญี่ปุ่นเท่ากับ 2.08 3.46 26.82 และ 195.94 บาท ตามลำดับ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายที่ศูนย์ศิลปาชีพในสมเด็จพระบรมราชินีนาถและร้านจิตรลดา ส่วนการจำหน่ายในต่างประเทศจะได้รับคำสั่งการผลิตโดยตรง ส่วนเหลือการตลาดรวมของผลิตภัณฑ์ได้แก่ กล่องไม้ไผ่ ที่รองจาน ตะกร้าหม้อตาลกระเป๋าญี่ปุ่น เท่ากับ 10.58 10.46 36.82 และ 395.94 บาท ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์การผลิตและการจำหน่าย กระเป๋าญี่ปุ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนและผลตอบแทนสูงสุด และสามารถพัฒนารูปแบบ สี ลวดลายได้มากกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น แต่ผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นยังสามารถขยายการผลิตและขยายการจำหน่ายได้ โดยการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของตลาดโดยการศึกษาตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดต้นทุน

ประลองพล เกียรติไพบูลย์ผล. (2540 : 45) ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของช่างจักสานไม้ไผ่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเครื่องจักสานไม้ไผ่ ประเภทของใช้ในครัวเรือน ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคตะวันตก ผลการวิจัยพบว่า ช่างจักสานที่ไม่เปลี่ยนแปลงรูปทรงมีร้อยละ 70.83 สาเหตุที่ไม่เปลี่ยนแปลงรูปทรงคือ รูปทรงเดิมเหมาะสมกับการใช้สอย เป็นที่ต้องการของตลาด และ

ช่างมีความสามารถจำกัดไม่สามารถทำรูปทรงแบบอื่นได้ ช่างจักสานที่เปลี่ยนแปลงรูปทรงมีร้อยละ 29.17 สาเหตุที่เปลี่ยนแปลงรูปทรงคือทำตามความต้องการของผู้สั่ง และต้องการทำให้เหมาะสมกับการใช้สอยที่เพิ่มขึ้น ลักษณะการเปลี่ยนแปลงคือ สร้างรูปทรงใหม่โดยการเปลี่ยนแปลงขนาดจากของเดิม ช่างจักสานที่ไม่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างมีร้อยละ 43.75 สาเหตุที่ไม่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างคือ โครงสร้างเดิมมีความเหมาะสมแล้ว และช่างมีความสามารถจำกัดไม่สามารถทำโครงสร้างแบบอื่นได้ ช่างจักสานที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้าง มีร้อยละ 56.25 สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างคือ ช่างต้องการความสะดวก รวดเร็ว และต้องการทำให้ง่ายขึ้น ลักษณะการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างคือใช้วัสดุพวกโลหะ และพลาสติก มาทำเป็นโครงสร้างของเครื่องจักสาน ช่างจักสานที่ไม่เปลี่ยนแปลงลวดลายมีร้อยละ 86.11 สาเหตุที่ไม่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างคือ ช่างมีความสามารถจำกัดทำได้เฉพาะลวดลายที่เคยทำรูปทรงของเครื่องจักสานบังคับและลวดลายเดิมมีความเหมาะสมแล้ว ช่างจักสานที่เปลี่ยนแปลงลวดลายมีร้อยละ 13.89 สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงลวดลายคือช่างต้องการความสวยงามมากขึ้น ต้องการทำให้รวดเร็วขึ้นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงลวดลายคือ สร้างลายใหม่โดยพัฒนาจากลายเดิมให้มีความแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น มีการย้อมสีและใช้วัสดุอื่นๆ ในการตกแต่ง

สุจินันท์ ดาวเดือน. (2556 : 70-84 ) ศึกษาเกี่ยวออกแบบบรรจุภัณฑ์จากไม้ไผ่ สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ผลวิจัยพบว่า มีผลิตภัณฑ์เครื่องหอมได้แก่ น้ำมันหอมระเหย ดอกไม้แห้ง เทียนหอม น้ำหอม และสบู่ก้อน บางส่วนใช้การสานไม้ไผ่และขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์จากไม้ไผ่ สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องหอม โดยการจำแนกตามเพศ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน เพศหญิง 50 คน และเพศชาย 50 คน พบว่า มีความพึงพอใจในรูปแบบและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในทุกรูปแบบไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

วุฒิชัย วิภาทานัง. (2558 : 67-83) การศึกษาเรื่องการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก 2. เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกรณีศึกษากลุ่มจักสานจังหวัดชลบุรีและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารตำรา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ นักออกแบบและผู้ประกอบการ นามาวิเคราะห์และพัฒนาได้ลักษณะรูปแบบของเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออกทั้งหมด 8 เกณฑ์คือ 1. อัตลักษณ์ไทย 2. รูปแบบ 3. กระบวนการผลิต 4. วัสดุ 5. การใช้งาน 6. ความสวยงาม 7. คุณค่า 8. การออกแบบและตกแต่ง จากการประเมินประสิทธิภาพของเกณฑ์โดยนักวิชาการมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับที่เหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย 4.41 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 นารูปแบบเกณฑ์ที่พัฒนาขึ้น สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำนวน 15 รูปแบบ ผลการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสาน เพื่อส่งออกของนักวิชาการพบว่า กลุ่มที่ 1 มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 กลุ่มที่ 2 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากทั้ง 2 กลุ่ม ที่มีคะแนนมากที่สุดคือ รูปแบบที่ 13 กระเป่าสตรี มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.95 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.04 นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากที่สุดมาประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการ อยู่ระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจ อยู่ระดับความพึงพอใจ

มาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 แบบจำลองการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออกมีองค์ประกอบหลักคือ รูปแบบผลิตภัณฑ์และเกณฑ์การออกแบบ รูปลักษณะเครื่องจักสาน ทฤษฎีการวิจัย แนวคิดในการออกแบบประกอบด้วย การประเมินผลเกณฑ์การออกแบบ

นัฐที่ธีรนนท์ รอดชื่น. (2560 : 12-23) การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานพื้นบ้าน บ้านดงชะพลูตำบลบางมะฝ่อ อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ผู้วิจัยได้ดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานพื้นบ้าน บ้านดงชะพลูตำบลบางมะฝ่อ อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ 3) เพื่อประเมินผลผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ต้นแบบตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มผช.เลขที่ 40/2546เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์แบบประเมินรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ แบบรายงานผลการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ชุมชนผลิตภัณฑ์ จักสานไม้ไผ่มผช. เลขที่ 40/2546 ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานพื้นบ้าน บ้านดงชะพลูส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ในครัวเรือน เช่น ตะกร้า ตะแกรง กระจัง พัด เสื้อลำแพน กระจาด กระบุง เป็นต้น ส่วนลายที่ใช้ในงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ได้แก่ ลายขัด ลายเฉลว ลายทแยง ลายพิกุล ผู้วิจัยได้ศึกษาและออกแบบโดยประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาจักสานมาทำต้นแบบเพื่อการผลิตงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ จำนวน 15 แบบ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนประเมิน ผลการประเมินต้นแบบพบว่า ต้นแบบมีความเหมาะสมมาก จำนวน 5 แบบ เหมาะสมปานกลาง จำนวน 10 แบบ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.51 โดยต้นแบบที่ 12 ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.30 นำต้นแบบที่คัดเลือก ให้คณะกรรมการ 5 คน ตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. เลขที่ 40/2546 ผลการตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยด้านลักษณะทั่วไป เส้นตอก ลวดลาย การประกอบด้วยวัสดุอื่นและการเคลือบเงา เท่ากับ 3.72, 3.68, 3.80, 3.80 และ 3.60 ตามลำดับและมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.49 ผลการประเมินเฉลี่ยทุกด้าน อยู่ในระดับ ดีมาก

รุ่งรัตน์ สุขแสง. (2557 : 203 – 212) การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน : กรณีเครื่องจักสานไม้ไผ่ลายขีดบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ ประการแรก เพื่อศึกษาวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานไม้ไผ่ลายขีดบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และประการที่สอง เพื่อศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานไม้ไผ่ลายขีด พื้นที่การวิจัย บ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยกลุ่มผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานไม้ไผ่ลายขีด 2 คน ผู้รับการถ่ายทอด 6 คน และ ผู้เกี่ยวข้อง 13 คน รวม 21 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต การสนทนากลุ่ม นำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นตาราง ผลการวิจัยพบว่า 1. วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องจักสานไม้ไผ่ลายขีด บ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ถ่ายทอดโดยการอาศัยบุคคลเป็นแหล่งความรู้ในการสาธิตและฝึกอบรมระยะสั้น ซึ่งโรงเรียนประถมศึกษาถือเป็นแหล่งถ่ายทอดที่สำคัญ ในการถ่ายทอดใช้การเรียนรู้แบบมุขปาฐะ คือ การเรียนรู้จากบรรพบุรุษถ่ายทอดกันมาอย่างต่อเนื่องและแหล่ง ความรู้ที่สำคัญ คือ ครอบครัว ตั้งแต่ พ่อสอนลูก แม่สอนลูก พี่สอนน้อง น้ำสอนหลาน ใช้วิธีสอนด้วยการปฏิบัติจริง อธิบายวิธีการทำด้วย

การบอกเล่า หรือบางครั้งคนในหมู่บ้านก็รวมกลุ่มกันเพื่อทำเครื่องจักสานไม่เข้าใจ ปฏิบัติไม่ได้ ก็ สอบถามกันได้ การสอนไม่มีการปิดบังความรู้ 2. แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรม พื้นบ้านเครื่องจักสานไม้ไผ่ลายซิด พบว่า ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการระดับจังหวัด ระดับท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสหกรณ์เครดิตยูเนียนหนองห้างจำกัด ในด้านการผลิต และการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และมีการพัฒนาวัตถุดิบ โดยส่งเสริมให้ ชาวบ้านปลูกไม้ไผ่ และหาวยซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการจักสาน โดยเฉพาะโรงเรียนมีการจัดทำ หลักสูตรท้องถิ่นให้ความรู้แก่นักเรียนและคนในชุมชน เกี่ยวกับการจักสานเบื้องต้นและการจักสานไม้ ไผ่ลายซิด และส่งเสริมการทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อให้ได้รับการรับรอง คุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าโอท็อป (OTOP)

สุรศักดิ์ หล่อพุทธพงษ์. (2547 : 89-97) ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการผลิต การตลาด และ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคมจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ผู้ผลิตจักสานไม้ไผ่จะประกอบอาชีพเสริมและมีสมาชิกในครอบครัวช่วยในการผลิต มีการ รวมกลุ่มและฝึกอบรมภายในกลุ่ม เพื่อมีโอกาสทางการตลาดและผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาวัตถุดิบ นำมาจากภายนอกชุมชน และทำการผลิตทุกชั้นตอนที่บ้านของตนเอง มีการกระจายให้เพื่อนบ้านเพื่อ ส่งมอบให้ทันเวลา ลูกค้าเป็นพ่อค้าคนกลาง และเป็นผู้กำหนดรูปแบบจักสานไม้ไผ่ และราคาขายโดย ผู้ผลิตจัดส่งสินค้าให้กับพ่อค้าโดยตรง ผู้ผลิตไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากทางกลุ่ม หัตถกรรมจักสานและหน่วยงานราชการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้โดยตรงอยู่แล้ว ปัญหาการ ผลิตที่สำคัญ คือ ปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพง และผู้ผลิตขาดทักษะในการออกแบบพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ส่วนปัญหาการตลาดที่สำคัญ คือ ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะการประกอบกิจการ ประสบการณ์ การเป็นสมาชิก การสนับสนุนภาครัฐ และการฝึกอบรมมีผลต่อการวางแผนออกแบบเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น ส่วนแหล่การตลาดมากที่สุดคือ กระจายจก สารไม้ไผ่ กระบุงจักสานไม้ไผ่ ถาดใส่ผลไม้จักสานไม้ไผ่ ตะกร้าจักสานไม้ไผ่ พัด ตามลำดับ

นภวรรณ กาจธีระเวคิน. (2547 : 52-70) ศึกษาเกี่ยวกับภาวะวิเคราะห้ต้นทุน ผลตอบแทน และส่วนแหล่การตลาดของเครื่องจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ในอาชีพจักสานของกลุ่มจักสานบ้านนากลางเฉลี่ย 17.30 ปีศูนย์ส่งเสริมฝีมืจักสานไม้ ไผ่บ้านคุณปรานี เฉลี่ย 11 ปี กลุ่มจักสานบ้านนากลางทำอาชีพจักสานเป็นอาชีพหลักร้อยละ 50 ศูนย์ส่งเสริมฝีมืจักสานฯ ร้อยละ 55 ต้นทุนการผลิตต่อใบของกล่องไม้ไผ่ที่รองจาน ตะกร้าหม้อตาล กระเป๋าญี่ปุ่น เท่ากับ 22.92 19.54 133.18 และ 1,104.06 บาทตามลำดับกำไรเหนือต้นทุนผันแปร ต่อใบของ กล่องไม้ไผ่ ที่รองจานไม้ไผ่ ตะกร้าหม้อตาล กระเป๋าญี่ปุ่นเท่ากับ 2.08 3.46 26.82 และ 195.94 บาท ตามลำดับ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง และจำหน่าย ที่ศูนย์ศิลปาชีพในสมเด็จพระบรมราชินีนาถและร้านจิตรลดา ส่วนการจำหน่ายในต่างประเทศจะ ได้รับคำสั่งการผลิตโดยตรง ส่วนแหล่การตลาดรวมของผลิตภัณฑ์ได้แก่ กล่องไม้ไผ่ ที่รองจาน ตะกร้าหม้อตาลกระเป๋าญี่ปุ่น เท่ากับ 10.58 10.46 36.82 และ 395.94 บาท ตามลำดับ ผลการ วิเคราะห์การผลิตและการจำหน่าย กระเป๋าญี่ปุ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนและผลตอบแทนสูงสุด และสามารถพัฒนารูปแบบ สี ลวดลายได้มากกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น แต่ผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นยังสามารถขยาย การผลิตและขยายการจำหน่ายได้ โดยการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของ ตลาดโดยการศึกษาตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดต้นทุน

T.-F. Bing and P.-X. Zhan. (2003 : 15–17.) ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ของญี่ปุ่น ด้วยการผสมผสานประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่นและวัฒนธรรม ได้พัฒนาเข้ากับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้การออกแบบแบบดั้งเดิมและแบบโมเดิร์นสามารถเข้าคู่กันได้อย่างดี ความสัมพันธ์ระหว่างตะวันตกและตะวันออกทำให้เกิดความสะดวกรบาย และเกิดการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในทางด้านการพัฒนาก่อให้เกิดการเปลี่ยนจากความดั้งเดิมโบราณสู่ความทันสมัย ทำให้เกิดการออกแบบด้านวัฒนธรรมที่ดึงดูดและมีสิ่งใหม่ หลากหลาย เกิดเป็นความตั้งใจที่จะพัฒนาชิ้นงานให้ดี ความพยายามเพื่อจะให้ผลิตภัณฑ์มีความปราณีต มีคุณภาพที่ดี ด้วยเหตุนี้ซึ่งทำให้เกิดกรอบในการออกแบบเพื่อผู้บริโภคขึ้นอีกมากมาย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากหลายส่วน ทั้งจากภาคปฐมนิเทศ ภาคทฤษฎีและภาคสนาม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

#### 3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน

##### 3.1.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 50 ตัวอย่าง ที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้า ภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบริ่งคอกแฟร์ 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้น

**กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเนื่องจากจำนวนผู้เข้าชมและเลือกซื้อสินค้า ภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบริ่งคอกแฟร์ 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้นไม่สามารถทราบจำนวนผู้เข้าชมที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากตารางขนาดตัวอย่างประชากรของโคเฮน มาเนียน และมอร์ริสสัน (Cohen, Manion & Morrison. 2000 : 95 อ้างถึงใน พิสนุ พงศ์ศรี. 2553 : 111) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 1 ที่จะยอมรับได้ จำนวน 50 ตัวอย่าง

##### 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ที่ถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบันที่ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามประกอบไปด้วย 2 ส่วนสำคัญ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน ซึ่งในส่วนที่ 2 ใช้วิธีประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ไหล่ลงจนถึงความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด การอ่านค่ามาตราส่วนประมาณค่ามีดังนี้

- 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด  
 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก  
 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง  
 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย  
 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 3.1.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยมีวิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

3.1.3.1 ศึกษาข้อมูลเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปประยุกต์สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน

3.1.3.2 ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการสร้างคำถาม เพื่อสร้างแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบันภายใต้กรอบแนวคิด คือ แนวคิดการทำการตลาดในรูปแบบ 4Ps (พวงศักรดี วิริยะบัณฑิตกุล. 2548 : 194 - 197) และแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546 : 194)

3.1.3.3 นำแบบสอบถาม ไปเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางการวิจัย และด้านการผลิตสื่อประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิในชั้นตอนนี้ 3 ท่าน ได้แก่

- (1) รศ.ดร.ปริยาภรณ์ ตั้งคุณานันต์
- (2) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี
- (3) รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด

3.1.3.4 นำแบบประเมินไปปรับปรุงแก้ไขตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำไปใช้จริง

### 3.1.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องดังต่อไปนี้

3.1.4.1 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา การวัดหาค่าความเที่ยงตรง หาได้จากการคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ 3 ท่าน การตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถามดังนี้

- ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์  
 ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์  
 ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์  
 แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

#### 3.1.4.2 ปรับปรุงแก้ไขแบบประเมินตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

### 3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

#### 3.1.5.1 จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.5.2 จากแบบสอบถาม เป็นข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง 50 ตัวอย่าง เป็นบุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท โดยสัมภาษณ์แบบเจาะจง กับกลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้า ภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงค์คอกแฟร์ 2018-2019 ณ บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดง

3.1.5.3 การสังเกตการณ์ ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม กับผู้เข้าชมและเลือกซื้อสินค้า ภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงค์คอกแฟร์ 2018-2019 ณ บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดง เพื่อสังเกตพฤติกรรมประกอบการรวบรวมข้อมูล

### 3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตามขอบเขตของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน จากแบบสอบถามและการสังเกตการณ์ สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) วิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนสมทางการตลาดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

ซึ่งในส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100) มีช่วงค่าเฉลี่ยและมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีดังนี้

- 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

แล้วจึงนำผลที่ได้มาสรุป เพื่อนำข้อมูลที่ได้ ไปประยุกต์ใช้ในจุดประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

### 3.2 เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่อำเภอพนสนนิคมจังหวัดชลบุรี

**3.2.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ที่ใช้ในการศึกษาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่อำเภอพนสนนิคมจังหวัดชลบุรี

**กลุ่มประชากร** ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ภายในพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจักสานไม้ไผ่มาไม่ต่ำกว่า 8 ปี

**กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่จำนวน 3 ท่าน ซึ่งจำเป็นต้องมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจักสานไม้ไผ่มาไม่ต่ำกว่า 8 ปี โดยเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (พรสนอง วงศ์สิงทอง. 2550 : 125) ดังนี้

1. คุณ คมกฤษ บริบูรณ์  
ประธานกลุ่มศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี
2. คุณ มะลิ จำรัส  
ผู้เชี่ยวชาญหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี
3. คุณ รัตนา รุ่งแจ้ง  
ผู้เชี่ยวชาญหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี

#### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.2.1 แบบสำรวจ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งใช้ในการเก็บข้อมูลของรูปแบบและชนิดของผลิตภัณฑ์จักสานต่างๆที่ศูนย์ฯเป็นผู้ผลิต ลวดลายจักสาน และกระบวนการในการจักสานให้เป็นลวดลายต่างๆ โดยบันทึกลงในแบบบันทึก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ต่อไป

3.1.2.2 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยเลือกใช้มาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษา กระบวนการผลิต ลวดลาย คติความเชื่อ ลักษณะการจักสานแบบภาคกลาง ลักษณะการสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี รูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสาน และลักษณะพิเศษ เป็นต้น ซึ่งจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง เลือกใช้คำถามปลายเปิดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีกำหนดคำถามเบื้องต้นอย่างคร่าวๆก่อนที่จะดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูล เพื่อความหลากหลายของข้อมูลที่จะได้รับอีกทั้งยังใช้การกระตุ้นการสนทนาอย่างมีเป้าหมายแต่ครอบคลุมประเด็นที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์

#### 3.2.3 การสร้างเครื่องมือ

3.1.3.1 แบบสำรวจ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี

การสร้างแบบสำรวจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรี มีวิธีการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการลงพื้นที่การสังเกต และการสัมภาษณ์ เพื่อนำไปใช้ในการสร้างแบบสำรวจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรี

2. นำแบบสำรวจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

3. นำแบบสำรวจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรีที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูล

### 3.1.3.2 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

(1) ศึกษาจากข้อมูลที่ลงพื้นที่ การสังเกตและสัมภาษณ์อย่างคร่าวๆในครั้งแรกที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่อำเภอน้ำสนิคมจังหวัดชลบุรี

(2) ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เว็บไซต์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานภาคกลาง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยใช้กรอบแนวคิดในการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในเขตภาคกลางของ (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2532 : 90) มาเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

(3) นำไปสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคลด้วยตนเองกับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแนวคำถามสามารถปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม แล้วจึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูล ที่จะใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรีต่อไป

### 3.2.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.2.4.1 เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้แก้ไขแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เรียบร้อยแล้วนำไปเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิอีก 3 ท่านเพื่อพิจารณาความคลุมเครือของเนื้อหา (Content-Validity) ดังนี้

- (1) รศ.ดร.ปรียาภรณ์ ตั้งคุณานันต์
- (2) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี
- (3) รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด

โดยการตรวจสอบมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

## N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

3.2.4.2 นำแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ไปปรับปรุงแก้ไขตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อเครื่องมือผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จึงนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

### 3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น

#### 3.2.5.1 ข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทำการศึกษา ค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสาร เว็บไซต์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้การวิเคราะห์เนื้อหาซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมเอาไว้มานำพิจารณาว่าส่วนใดบ้างมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่สัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์เป็นหลัก โดยนำเอาไปสร้างหัวข้อในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างต่อไป

#### 3.2.5.2 เก็บข้อมูลภาคสนาม

(1) การสังเกตการณ์ โดยการลงพื้นที่ที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคมจังหวัดชลบุรีโดยทำการบันทึกลงในแบบสำรวจไปพร้อมกับสังเกตการณ์ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ในพื้นที่

(2) แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างไปสอบถามแบบเจาะลึกเป็นรายบุคคลกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแนวคำถามสามารถปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม แล้วจึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ ให้ได้ข้อมูลที่จะใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคมจังหวัดชลบุรี

(3) การบันทึกข้อมูลทำการบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ไปพร้อมกันซึ่งสามารถแบ่งการบันทึกได้ดังนี้

(3.1) ใช้การบันทึกข้อมูลเป็นตัวอักษรระหว่างการเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึก

(3.2) ใช้การบันทึกข้อมูลด้วยการถ่ายวิดีโอเพื่อการบันทึกขณะสัมภาษณ์ โดยมีการขออนุญาตทุกครั้งก่อนการถ่ายทำ เพื่อความสะดวกในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลง่ายแก่การถอดความและเขียนเป็นบทสรุป

(3.3) ใช้การบันทึกภาพด้วยกล้องถ่ายรูปขณะสัมภาษณ์และใช้บันทึกสถานที่ สภาพความเป็นอยู่ กระบวนการผลิต รวมถึงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคมจังหวัดชลบุรี ผลิตขึ้น

### 3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือโดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นหมวดหมู่ซึ่งเลือกใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและนำผลมารวบรวม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันต่อไป

### 3.2.7 การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) คือ การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูลเป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคน จะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ และการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ คือ การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูล 3 วิธีที่ต่างกันแล้วจะได้ผลเหมือนเดิม เช่น ใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้เอกสาร

## 3.3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

### 3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ดังนี้  
**กลุ่มประชากร** ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี

**กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องมีคุณสมบัติด้านประสบการณ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 ท่าน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2550 : 125) ดังนี้

- (1) คุณ คมกฤษ บริบูรณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายจักสาน
- (2) ดร.กฤษณ์ โจรจน์แสงรัตน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
- (3) คุณ นันทลี นวลอ่อน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2.1 เลือกใช้แบบสอบถามความคิดเห็น ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ ซึ่งได้จัดทำแบบร่างผลิตภัณฑ์และแบบสอบถาม เพื่อนำไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด โดยใช้แบบประเมินค่ามาตรฐาน 5 ระดับ (Rating Scale) ได้แก่ มีความเหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย และเหมาะสมน้อยที่สุด โดยอ่านค่าตามอัตราส่วนดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถามความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่พัฒนาขึ้นใหม่ เพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด ของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

3.3.3.1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

3.3.3.2 ศึกษาหลักการและทฤษฎีต่างๆ เช่น หลักการและทฤษฎีออกแบบกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และ ศึกษาข้อมูล เอกสาร หนังสือ เว็บไซต์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.3.3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากจุดประสงค์ข้อที่ 1 มาวิเคราะห์ข้อมูลและวิเคราะห์หาส่วนแบ่งทางการตลาด (STP) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ต่อไป

3.3.3.4 ร่างแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่พัฒนาขึ้นใหม่ ตามแนวคิดที่ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประมวลผลได้

3.3.3.5 สร้างแบบสอบถามความคิดเห็น ที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว จากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ภายใต้กรอบแนวคิด กรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เลือกใช้หลักการออกแบบของ (สิทธิศักดิ์ ธัญศรีสวัสดิ์กุล. 2559 : 136) โดยพิจารณาจาก

- (1) ความสวยงาม
- (2) สี
- (3) การจัดวางลวดลาย
- (4) ความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์
- (5) ประโยชน์ใช้สอย

เพื่อเป็นเกณฑ์คำถาม ที่ใช้ถามความคิดเห็นของแบบร่างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้รับการออกแบบใหม่

3.3.3.6 เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้แก้ไขแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่แล้ว จึงนำไปเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความคลุมเครือของเนื้อหา ต่อไป

### 3.3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

3.3.4.1 ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา การวัดหาค่าความเที่ยงตรงนั้น หาได้จากการคำนวณค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of item objective congruence) ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ 3 ท่าน ได้แก่

- (1) รศ.ดร.ปริยาภรณ์ ตั้งคุณานันต์
- (2) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดิ์
- (3) รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด

โดยการตรวจสอบมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

3.3.4.2 นำแบบสอบถามความคิดเห็น ไปปรับปรุงแก้ไขตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อเครื่องมือผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จึงนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

### 3.3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.3.5.1 ผู้วิจัยได้ขอทำหนังสือราชการเพื่อขอความอนุเคราะห์ ในการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

3.3.5.2 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามความคิดเห็น จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

### 3.3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตามขอบเขตของวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน จากข้อมูลด้านความเหมาะสมที่ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ต่อ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด .2535 : 100) ซึ่งมีช่วงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นดังต่อไปนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

การประเมินค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านต้องมีค่า 3.51 ขึ้นไป จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ค่าเฉลี่ยของคะแนนการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ คำนวณได้จากสูตร (ล้วน สายยศ. 2538 : 73)

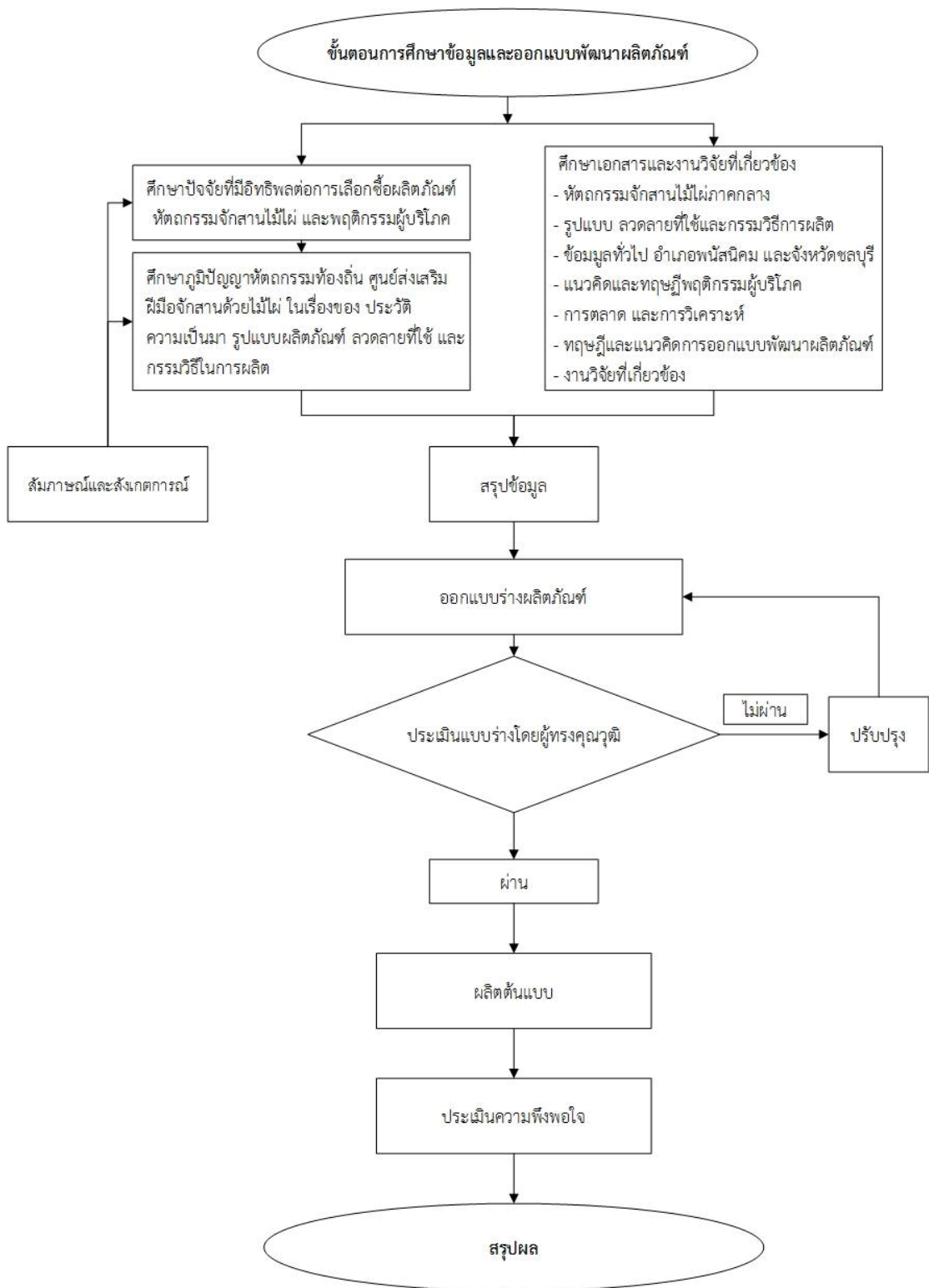
$$\bar{x} = \frac{\sum X}{N}$$

$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ
N	หมายถึง	จำนวนข้อมูล

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คำนวณได้จากสูตร (ล้วน สายยศ. 2538 : 79)

$$S.D. = \frac{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}{N(N-1)}$$

S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ
$\sum x^2$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
N	หมายถึง	จำนวนข้อมูล



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูล และออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

### 3.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

#### 3.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้า จำนวน 50 ตัวอย่าง

**กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเนื่องจากจำนวนผู้เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงก์คอกแฟร์ 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้นไม่สามารถทราบจำนวนผู้เข้าชมที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากตารางขนาดตัวอย่างประชากรของโคเฮน มาเนียน และมอร์ริสสัน (Cohen, Manion & Morrison. 2000 : 95 อ้างถึงใน พิสนุ พงศ์ศรี. 2553 : 111) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 1 ที่จะยอมรับได้ จำนวน 50 ตัวอย่าง

#### 3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ โดยผู้วิจัยแบ่งข้อความถามของแบบประเมินความพึงพอใจออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน เช่น เพศ อายุ อาชีพ

ส่วนที่ 2 คือ แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

โดยให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ตรงต่อความพึงพอใจมากที่สุด ใช้วิธีประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มีความพึงพอใจมากที่สุด ไล่ลงไปจนถึงระดับที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด การอ่านค่ามาตราส่วนประมาณค่ามีดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจที่ต่ำที่สุด

#### 3.4.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ มีวิธีการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.4.3.1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์คำถามในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่ โดยทำการสร้างแบบสอบถาม ภายใต้เกณฑ์คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดี ได้แก่

(1) ความแปลกใหม่ (Innovation) ความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ควรเป็นสิ่งที่ไม่ซ้ำซากมีการนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่างๆเช่นความสวยงามประโยชน์ใช้สอยรูปแบบหรือวัสดุ เป็นต้น

(2) มีที่มา (Story) ผลิตภัณฑ์ที่มีที่มาที่มีความคิดรวบยอดของการออกแบบให้ผู้บริโภคทราบถึงเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น

(3) ราคาพอสมควร (Price) หมายถึงราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะต้องอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลออกมาก่อนที่จะเริ่มทำการออกแบบผลิตภัณฑ์

(4) มีอายุการใช้งาน (Design Life) อายุของการใช้งานผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง ทนทานต่อสภาพการใช้งานเหมาะสมกับระยะเวลาหรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือราคาที่เหมาะสม

3.4.3.2 นำแบบประเมินระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ ไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพที่สุด

3.4.3.3 นำแบบประเมินระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ ที่ปรับปรุงแล้ว นำไปตรวจสอบความคลุมเครือของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป

### 3.4.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.4.4.1 เมื่อได้แก้ไขแบบประเมินความพึงพอใจ นำแบบประเมินระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่ จากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จึงจำเป็นต้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบ ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ 3 ท่าน ได้แก่

(1) รศ.ดร.ปริยาภรณ์ ตั้งคุณานันต์

(2) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี

(3) รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด

ซึ่งการวัดค่าความเที่ยงตรงนี้ หาได้จากการคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

3.4.4.2 เมื่อผ่านการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว นำแบบประเมินระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

### 3.4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ มีขั้นตอนดังนี้

3.4.5.1 จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4.5.2 ผู้วิจัยได้แจกแบบประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

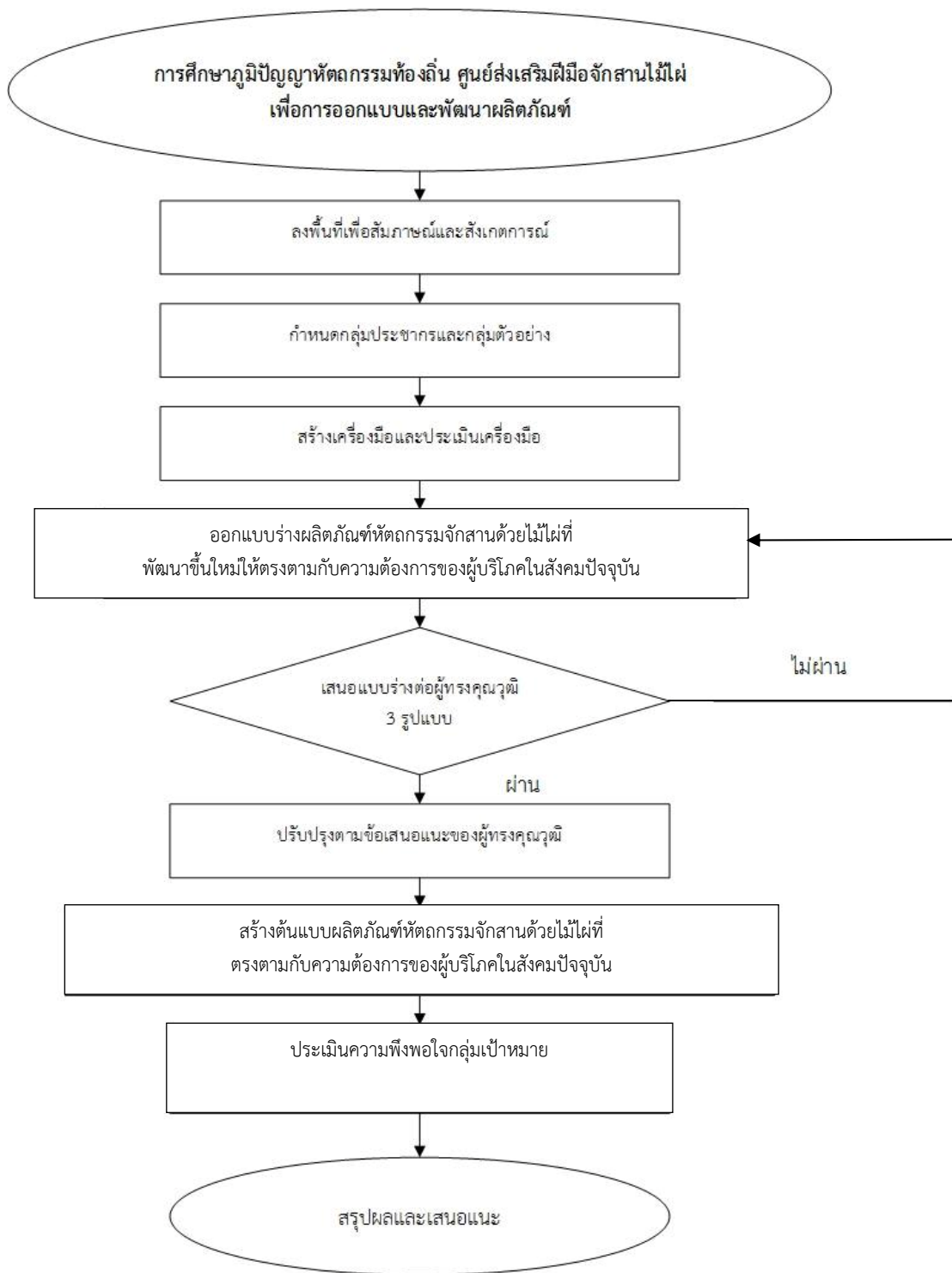
3.4.5.3 ผู้วิจัยได้รับแบบประเมินความพึงพอใจคืน จากการลงพื้นที่ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

### 3.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตามขอบเขตของวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ มีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.4.6.1 การวิเคราะห์แบบประเมิน ตอนที่ 1 ในส่วนของแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

3.4.6.2 การวิเคราะห์แบบประเมิน ตอนที่ 2 ในส่วนของความพึงพอใจ ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100)



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

## บทที่ 4

# ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตามแต่ละขั้นตอน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบัน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบัน

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ และความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อนำมาปรับใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง โดยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ทักษะคติและความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ตอนที่ 3 ความต้องการด้านองค์ประกอบของลวดลายจักสานด้วยไม้ไผ่

ตอนที่ 4 ข้อมูลจากแบบสอบถามถึงแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน, n=50)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	18	36
หญิง	32	64
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
20 – 30 ปี	9	18
31 – 40 ปี	26	52
41 – 50 ปี	13	26
51 ปีขึ้นไป	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	23	46
สมรส / อยู่ด้วยกัน	26	52
หย่าร้าง	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	4
ปริญญาตรี	30	60
ปริญญาโท	15	30
ปริญญาเอก	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	2	4
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	8	16
พนักงานบริษัทเอกชน	19	38
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	17	34
อื่นๆ	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน, n=50)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
20,000-40,000 บาท	14	28
40,001-60,000 บาท	16	32
60,001-80,000 บาท	12	24
สูงกว่า 80,001 ขึ้นไป	8	16
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64 และตามด้วยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36 ซึ่งส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ที่ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26 ถัดไปเป็นช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 18 และสุดท้ายเป็นช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4 มีสถานภาพสมรส หรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 46 และสุดท้ายสถานภาพ หม้าย หรือหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2 มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 30 ถัดไปเป็นระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 6 และสุดท้ายเป็นระดับต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 4 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาเป็นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 34 ถัดไปเป็นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 16 ถัดไปเป็นกลุ่มอื่นๆ(แม่บ้าน,เกษียณอายุและว่างงาน) คิดเป็นร้อยละ 8 และสุดท้ายเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28 ถัดไปเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-80,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 24 ถัดไปเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 2 ทักษะคิดและความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หรือไม่</b>		
รู้จัก	46	92
ไม่รู้จัก	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หรือไม่</b>		
เคย	12	24
ไม่เคย	38	76
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 การรู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ร้อยละ 92 และมีเป็นส่วนน้อยที่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ร้อยละ 8 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ร้อยละ 76 และเคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ร้อยละ 24

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่จากสิ่งใด

รับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์จาก	จำนวน	ร้อยละ
1. ลวดลายการสานที่สวยงาม	15	30
2. เอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์	13	26
3. แข็งแรงและคงทน	12	24
4. สีที่สวยงาม	10	20
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ กลุ่มตัวอย่างให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานตามเกณฑ์การรับรู้คุณค่า (วุฒิชัย ทานิง, 2559 : 113) อยู่ที่ลวดลายการสานที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือความมีเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 26 ความแข็งแรงและคงทน คิดเป็นร้อยละ 24 และให้คุณค่าด้านสีที่สวยงามของผลิตภัณฑ์ในอันดับที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จะเห็นได้ว่าการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี มุ่งเน้นไปที่ลวดลายที่สวยงาม, ความมีเอกลักษณ์และความแข็งแรงและคงทนของผลิตภัณฑ์

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน

ทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่จัดจำหน่ายในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
โบราณ	41	82
อมตะ หรือ คลาสสิก	8	16
ร่วมสมัย	1	2
ทันสมัย	0	0
ล้ำสมัย	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีจำหน่ายในปัจจุบันนั้นมีรูปแบบโบราณ ร้อยละ 82 รองลงมาคิดว่ามีรูปแบบอมตะหรือคลาสสิก ร้อยละ 16 และคิดว่ามีรูปแบบที่ร่วมสมัยร้อยละ 2 โดยไม่มีความคิดเห็นว่า ทันสมัยหรือล้ำสมัย ร้อยละ 0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์  
หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หลังจากมีการพัฒนารูปแบบแล้ว

หากมีการพัฒนารูปแบบตามที่ท่านต้องการแล้ว ท่านจะเลือกซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	26	52
ไม่ใช้	6	12
ไม่แน่ใจ	18	36
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ได้ตามที่ต้องการก็มีโอกาสที่จะเลือกใช้หรือใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ร้อยละ 52 โดยมีบางส่วนที่ยังไม่แน่ใจว่าจะเลือกใช้หรือไม่ร้อยละ 36 และมีเป็นส่วนน้อยที่จะไม่นำมาใช้ร้อยละ 12

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์  
หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หากมีการพัฒนาตามแบบที่ต้องการ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. ซื้อเพื่อเป็นของฝาก	10	20
2. ซื้อเพื่อนำไปใช้เอง	26	52
3. ซื้อเพื่อสะสม/ประดับตกแต่ง	9	18
4. ซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึก	5	10
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า หากจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แล้ว กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์หลักของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือซื้อเพื่อนำกลับไปใช้เองคิดเป็นร้อยละ 52 ซื้อเพื่อเป็นของฝากคิดเป็นร้อยละ 20 ซื้อเพื่อสะสมหรือประดับตกแต่งคิดเป็นร้อยละ 18 และสุดท้ายซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการ หากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ	ผู้ประสงค์ซื้อแบ่งตามเพศ			
			ชาย		หญิง	
			จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. กระจเป่า	18	36	4	22.22	14	43.75
2. รูปภาพประดับตกแต่ง	14	28	9	50	5	15.625
3. เครื่องประดับ (ต่างหู)	10	20	1	5.55	9	28.125
4. ที่รองแก้ว ที่รองจาน	4	8	2	11.11	2	6.25
5. ตะกร้า (เล็ก-กลาง-ใหญ่)	2	4	0	0	2	6.25
6. ถาดไม้ไผ่ (เล็ก-กลาง-ใหญ่)	1	2	1	5.55	0	0
7. เคสมือถือ	0	0	0	0	0	0
8. พัด	1	2	1	5.55	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่าหากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ตามที่ต้องการแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทกระจเป่ามากที่สุดร้อยละ 36 รองลงมาคือรูปภาพประดับตกแต่งร้อยละ 28 เครื่องประดับ (ต่างหู) ร้อยละ 20 ที่รองแก้ว ที่รองจานร้อยละ 8 ตะกร้า (เล็ก-กลาง-ใหญ่) ร้อยละ 4 ถาดไม้ไผ่ (เล็ก-กลาง-ใหญ่) ร้อยละ 2 พัด ร้อยละ 2 ตามลำดับและผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการใช้เลยคือ เคสมือถือ ร้อยละ 0

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

รูปแบบของผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยแตกต่างไปจากเดิม	18	36
2. มีรูปแบบลวดลายสานที่แปลกใหม่	16	32
3. มีสีสันสดใส	11	22
4. มีรูปแบบที่เรียบง่าย	3	6
5. รูปแบบดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่าจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 50 คน มีความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ทันสมัยแตกต่างไปจากเดิมมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือรูปแบบลวดลายที่แปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 32 ถัดไปคือรูปแบบที่มีสีสันสดใส คิดเป็นร้อยละ 22 และ รูปแบบเรียบง่าย คิดเป็นร้อยละ 6 และสุดท้ายคือรูปแบบดั้งเดิม คิดเป็นร้อยละ 4 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

### ตอนที่ 3 ความต้องการด้านองค์ประกอบของลวดลายจักสานด้วยไม้ไผ่

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะที่ต้องการให้มีในลายจักสาน

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ลักษณะของรูปร่าง รูปทรงที่อยากให้มีในลวดลาย</b>		
รูปทรงเรขาคณิต	22	44
รูปทรงอินทรีย์	12	24
รูปทรงอิสระ	16	32
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>2. รูปแบบของลวดลายที่ชอบ</b>		
เหมือนจริง	2	4
ตัดทอน	22	44
สร้างสรรค์	26	52
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>3. ลักษณะของสีสันทที่ชอบ</b>		
สีโทนร้อน	9	18
สีโทนเย็น	19	38
ชอบทั้งสีโทนร้อนและสีโทนเย็น	22	44
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มความนิยมลักษณะของรูปร่างรูปทรงที่อยากให้มีมากที่สุดคือ รูปเรขาคณิตร้อยละ 44 รูปทรงอิสระร้อยละ 32 และรูปทรงอินทรีย์ร้อยละ 24 ตามลำดับ

ในส่วนของรูปแบบลวดลายที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุดคือ รูปแบบสร้างสรรค์ร้อยละ 52 รองลงมาคือรูปแบบตัดทอนร้อยละ 44 และรูปแบบเหมือนจริงร้อยละ 4 ตามลำดับ

สีสันทที่ชอบมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างคือ มีความชอบทั้งสีโทนร้อนและเย็นร้อยละ 44 ชอบสีโทนเย็นร้อยละ 38 และชอบสีโทนร้อนร้อยละ 18 ตามลำดับ

สามารถสรุปข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างในตอนที่ 2 และ 3 ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน มีรูปแบบโบราณ การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ กลุ่มตัวอย่างล้วนรับรู้จากลวดลายสาน ที่ปรากฏให้เห็นในตัวผลิตภัณฑ์ แม้ส่วนใหญ่จะรู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แต่ไม่นิยมซื้อและใช้ แต่กลับมีความคิดเห็นที่ว่าหากมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์และลวดลายตามที่ต้องการแล้ว มีแนวโน้มว่าจะซื้อและนำมาใช้สอย กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่แปรรูปเป็นกระเป๋า, รูปภาพประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ (ต่างหู) ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานเพื่อตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะชอบลวดลายที่มีคุณลักษณะดังนี้คือ ลักษณะรูปร่างรูปทรงที่ชอบส่วนมากเป็นรูปทรงเรขาคณิต ลักษณะลวดลายที่ชอบ กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบลวดลายสร้างสรรค์ ลักษณะสีสันทที่ชอบ กลุ่มตัวอย่างชอบทั้งสีโทนร้อนและโทนเย็น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ผู้วิจัยจะนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

#### ตอนที่ 4 ข้อมูลจากแบบสอบถามถึงแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.10-4.15 ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจ และข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการบริการ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ซึ่งในการคำนวณคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีระดับความเหมาะสมและการแปลความหมายของคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยที่สุด

และการแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนระดับความเหมาะสมแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง เหมาะสมมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง เหมาะสมน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.10 - 1.49 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

#### ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. ตนเอง	16	32
2. แฟน / คู่ชีวิต	12	24
3. บุคคลในครอบครัว	4	8
4. เพื่อน	8	16
5. ครู-อาจารย์/บุคคลที่นับถือ	1	2
6. ดารา-นักร้อง/บุคคลที่ตนเองชื่นชอบ	4	8
7. พนักงานขาย	5	10
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่นั้น กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาได้แก่ แฟน/คู่ชีวิต เป็นผู้ที่มีอิทธิพล คิดเป็นร้อยละ 24 ถัดไปให้ความเห็นว่า เพื่อน เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 16 พนักงานขายเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 10 ดารา-นักร้อง/บุคคลที่ตนเองชื่นชอบ และบุคคลในครอบครัว เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 8 เท่ากัน และสุดท้ายครู-อาจารย์/บุคคลที่นับถือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 2 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$ (n50)	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี	4.96	0.20	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการใช้งาน	4.86	0.45	มากที่สุด
3. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.90	0.36	มากที่สุด
4. การออกแบบที่สวยงาม ทันสมัย	4.94	0.24	มากที่สุด
5. ต้องการเป็นผู้นำเทรน (ซื้อสินค้าที่ไม่ซ้ำใคร)	4.60	0.64	มากที่สุด
6. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.52	0.68	มากที่สุด
7. นำไปใช้เป็นของขวัญ / ของที่ระลึก	3.86	0.90	มาก
8. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางสังคม / ภาควุมใจ	3.82	1.17	มาก
9. ช่วยสนับสนุนงานฝีมือชุมชน	3.68	1.36	มาก
10. ความประทับใจจากการเคยใช้	2.88	0.87	ปานกลาง
11. มีผู้แนะนำให้เลือกใช้	2.74	1.54	ปานกลาง
12. ต้องการให้สังคม / กลุ่มเพื่อนยอมรับ	2.62	0.60	ปานกลาง
13. ใช้ตามกระแสนิยม	2.52	1.01	ปานกลาง
14. ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์	2.16	1.06	น้อย
รวม	3.79	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่าแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น แรงจูงใจที่ดีที่สุดที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น คือ ตัวผลิตภัณฑ์หรือตัวของสินค้าต้องมีคุณภาพที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.96$ ,  $S.D.=0.20$ ) และจากข้อมูลของการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ยังมีแรงจูงใจในข้ออื่นๆที่ได้รับการประเมินผลค่าอันดับอยู่ในระดับที่มากที่สุดอีกหลายข้อเช่นกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่สวยงามทันสมัย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.94$ ,  $S.D.=0.24$ ) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}=4.90$ ,  $S.D.=0.36$ ) ซึ่งในค่าอันดับที่ได้ระดับมากที่สุดนั้น ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบต่อไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าความสำคัญของคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์นั้น ถือเป็นแรงจูงใจอันดับแรกที่สุดของการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ของหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ	4.82	0.48	มากที่สุด
2. ความแปลกใหม่ของการออกแบบมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.82	0.48	มากที่สุด
3. ประโยชน์ใช้สอยตรงกับความต้องการมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.78	0.42	มากที่สุด
4. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.78	0.42	มากที่สุด
5. ความสวยงาม, โดดเด่นของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ	4.68	0.55	มากที่สุด
6. ผลิตภัณฑ์ผลิตจำนวนมาก, ไม่ซ้ำมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.62	0.60	มากที่สุด
7. สีสันทของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ	4.56	0.73	มากที่สุด
8. มีหลายขนาดให้เลือกมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.36	0.78	มาก
9. การดูแลรักษามีผลต่อการเลือกซื้อ	4.00	0.97	มาก
10. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางสังคมมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.80	0.95	มาก
11. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียด ช้อป่งใช้ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.32	1.02	ปานกลาง
12. ชื่อเสียงของผู้ผลิตมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.24	1.12	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ของหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่นั้น คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และความแปลกใหม่ของการออกแบบมีผลต่อการเลือกซื้อ อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 เท่ากันทั้งสองข้อซึ่งมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.82, S.D.=0.48) ประโยชน์ใช้สอยตรงกับความต้องการ และความมีเอกลักษณ์เฉพาะมีผลต่อการเลือกซื้อ อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับ 2 เท่ากันทั้งสองข้อซึ่งมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.78, S.D.=0.42) ความสวยงาม,โดดเด่นของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.68, S.D.=0.55)

ดังจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์นั้น คุณภาพ, ความมีมาตรฐานและรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ ในอันดับที่มากที่สุดเท่ากัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านที่ 2 ด้านราคาของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 2 ด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ เหมาะสม
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.64	0.53	มากที่สุด
2. ราคาเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเองมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.50	0.65	มากที่สุด
3. ราคาเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้งานมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.46	0.76	มาก
4. ราคาไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.34	0.89	มาก
5. มีหลายราคาให้เลือกตามประเภทสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ	4.20	0.97	มาก
6. สินค้าที่มีคุณภาพสูงต้องมีราคาแพงมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.74	1.23	มาก
7. ราคาสามารถต่อรองได้มีผลต่อการเลือกซื้อ	3.68	1.04	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.22</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 2 ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการเลือกซื้อ มีระดับความเหมาะสมมากที่สุดอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.64, S.D.=0.53) และราคาเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อในระดับความเหมาะสมมากที่สุดอันดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.50, S.D.=0.65) ราคาเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้งานมีผลต่อการเลือกซื้อ มีระดับความเหมาะสมมากอันดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.46, S.D.=0.76)

ดังจะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 2 ด้านราคานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ราคาของผลิตภัณฑ์ที่สามารถต่อรองได้ แต่กลับมุ่งเน้นไปที่ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อในอันดับแรกและราคาเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเองเป็นอันดับที่สองมากที่สุด ดังนั้น คุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ เหมาะสม
1. สามารถเลือกซื้อได้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกซื้อ	4.56	0.71	มากที่สุด
2. สามารถเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ	4.50	0.73	มากที่สุด
3. สามารถเลือกซื้อได้จากร้านจำหน่ายที่อยู่ใกล้ หาซื้อได้สะดวกมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.90	0.86	มาก
4. สามารถเลือกซื้อหรือสั่งซื้อสินค้าได้ทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์มีผลต่อการเลือกซื้อ	3.78	1.00	มาก
5. สามารถเลือกซื้อจากงานแสดงสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ	3.48	1.22	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 แสดงถึงข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ พบว่า การที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกซื้อ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.56$ , S.D.=0.71) สามารถเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดอันดับที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.50$ , S.D.=0.73) ซึ่งในระดับความเหมาะสมมากอันดับที่ 3 ได้แก่ การสามารถเลือกซื้อได้จากร้านจำหน่ายที่อยู่ใกล้ หาซื้อได้สะดวกมีผลต่อการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=3.90$ , S.D.=0.86

จะเห็นได้ว่าถึงแม้ขณะที่ทำการตอบแบบสอบถามอยู่นั้น กลุ่มตัวอย่างได้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ภายในงานแสดงสินค้า แต่ความต้องการที่มากที่สุด คือการสามารถเลือกซื้อได้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์กลับมีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด อาจเนื่องมาจากความสะดวกและรวดเร็วในการเลือกซื้อ และความสามารถในการซื้อสินค้ามีสูงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความสำคัญ ที่สามารถติดต่อซื้อขายกับผู้บริโภคได้สะดวกมากอีกทางหนึ่ง

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาดของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ เหมาะสม
1. มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายมีผลต่อการเลือกซื้อ	4.14	0.64	มาก
2. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.50	0.68	มาก
3. มีส่วนลด หรือโปรโมชั่นที่หลากหลายมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.46	1.11	ปานกลาง
4. มีบริการการจัดส่งฟรีมีผลต่อการเลือกซื้อ	3.42	1.21	ปานกลาง
5. การจัดงานและออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ	3.14	1.14	ปานกลาง
6. การให้บุคคลที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์จริงมาเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ที่มีผล ต่อการเลือกซื้อ	2.84	1.23	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>1.00</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.15 แสดงถึงข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่4 ด้านการ  
ส่งเสริมการตลาดของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่นั้น มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายมีผลต่อการเลือกซื้อ  
มีระดับความเหมาะสมในระดับมาก เป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =4.14, S.D.=0.64) ระดับความ  
เหมาะสมมาก เป็นอันดับที่ 2 ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมีผลต่อการเลือกซื้อมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =3.50,  
S.D.=0.68) และในระดับความเหมาะสมปานกลางอันดับที่3 ได้แก่ การมีส่วนลด หรือโปรโมชั่นที่  
หลากหลายมีผลต่อการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ =3.46, S.D.=1.11)

ดังจะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาดของ  
หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่นั้น มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายยังมีผลต่อการเลือกซื้อไม่ว่าในยุคสมัยใดก็  
ตามมีคะแนนมากที่สุดจากข้ออื่นๆ ดังนั้น การขายผลิตภัณฑ์ต่างๆของพนักงาน หรือแม้แต่การตอบ  
รับสินค้าในระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะยุคสมัยใด ความมีอัธยาศัยที่ดี ความมีมนุษย์สัมพันธ์ เป็นสิ่งจำเป็น  
และเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง และผล  
ของการให้บุคคลที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์จริงมาเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าไม่มีผล  
ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากไม่เชื่อถือต่อการรีวิวเพราะมีความคิดเห็นว่าผู้ผลิตสามารถจ้าง  
วานให้มารีวิวผลิตภัณฑ์ได้

**ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ  
สามารถสรุปได้ดังนี้**

- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีขายในปัจจุบัน
  - มีให้เลือกน้อย มีรูปแบบและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำซ้ำๆ กัน
  - ไม่ค่อยมีรูปแบบใหม่ๆ ไม่มีอะไรแปลกตา
  - ไม่สวย ดูโบราณ และล้าสมัย
  - ไม่เข้ากับการแต่งตัว
- ท่านคิดว่าเหตุผลใดที่สินค้าหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ไม่ได้รับความนิยม (ไม่ซื้อ)
  - ไม่ทันสมัย ไม่เข้ากับการแต่งตัว
  - ซ้ำ มีให้เลือกน้อย

- ไม่ค่อยมีคุณภาพ, ไม่ทนทาน และพังง่าย
- สถานที่จัดจำหน่ายไกลเกินไป, ไม่มีขายทั่วไป หาซื้อยาก

3. ท่านคิดว่าวัสดุใดมีความเหมาะสมในการนำมาใช้เป็นวัสดุร่วมกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

- หนัง, ผ้า, ไม้, โลหะและพลาสติก

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

- น่าจะมีผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ แตกต่างไปจากที่มีอยู่ อยากรู้อยากเห็นเรื่องการออกแบบที่ทันสมัย แปลกตา แม้จะมีราคาที่สูงขึ้นก็พร้อมจะยอมรับ และที่สำคัญต้องสามารถใช้งานได้จริง

- สถานที่จัดจำหน่ายนั้น ควรมีวางขายทั่วไป เพื่อความสะดวกในการเลือกใช้ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือสามารถซื้อออนไลน์ได้ เนื่องจากปัจจุบันหาซื้อผลิตภัณฑ์ลำบาก หาขาย และอยู่ไกลไม่สะดวก

- การจะออกแบบเพื่อสร้างแบรนด์ไทยนั้น การใส่ความเป็นไทยมีได้ทั้งข้อดีและข้อเสีย ถ้าเน้นเอกลักษณ์ไทยมากเกินไปกลุ่มลูกค้าที่แบรนด์ได้จะมีน้อยมากที่นิยมใช้ หรือถ้าจะทำเพื่อส่งออกโดยคิดว่าต่างชาติอาจชอบ เราต้องแน่ใจ ว่าลูกค้าจะซื้อเพราะคู่แข่งที่เป็นแบรนด์ชั้นนำนั้นมีมากมาย หรือถ้าเจาะกลุ่มความนิยมในรูปแบบงานกลุ่ม คนกลุ่มนี้ก็มีน้อยทำให้ส่งผลไม่ดีต่อแบรนด์ ควรกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ว่าต้องการให้อยู่ในระดับใดด้วย

จากผลการศึกษาวิจัยและลงพื้นที่สัมภาษณ์ตามจุดประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในปัจจุบัน สามารถสรุปผลได้ว่า

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยที่ 31-40 ปี สถานภาพสมรส หรืออาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 40,001-60,000 บาท ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์จากตลาดสายที่ปรากฏให้เห็น และรู้จักในตัวผลิตภัณฑ์แต่ไม่เป็นที่นิยมใช้ เนื่องจากมีทัศนคติว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีรูปแบบโบราณ แต่กลับมีความคิดเห็นที่ว่าหากมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์และตลาดตามที่ต้องการแล้ว มีแนวโน้มว่าจะซื้อและนำมาใช้สอย กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่แปรรูปเป็นกระเป๋า, รูปภาพประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ(ต่างหู)ตามลำดับ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานเพื่อตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะชอบตลาดที่มีลักษณะรูปทรงเรขาคณิต ตลาดสายสร้างสรรค์ มีสีทั้งโทนร้อนและโทนเย็น และแรงจูงใจที่ดีที่สุดที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่นั้น คือ ตัวผลิตภัณฑ์หรือตัวของสินค้าต้องมีคุณภาพที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ จำนวน 4 ด้านด้วยกันนั้น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่1 ด้านผลิตภัณฑ์นั้นตามลำดับความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์, ความแปลกใหม่ของการออกแบบ และประโยชน์ใช้สอยตรงกับความต้องการมีผลต่อการเลือกซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 2 ด้านราคานั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมุ่งเน้นไปที่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการเลือกซื้อ และราคาเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเองมีผลต่อการเลือกซื้อตามลำดับความเหมาะสมมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ พบว่าการที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่4 ด้านการ

ส่งเสริมการตลาดของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ นั้น มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายมีผลต่อการเลือกซื้อ มากที่สุด

และจากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ จะเห็นได้ว่าปัญหาของผลิตภัณฑ์คือ มีรูปแบบที่ซ้ำกัน มีให้เลือกน้อย ไม่ค่อยมีรูปแบบใหม่ๆ ดูโบราณ ไม่เข้ากับการแต่งตัว ในด้านวัสดุ ร่วมกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็น ออกเป็น 5 วัสดุ คือ หนัง ผ้า ไม้ โลหะและพลาสติก โดยมีผู้แสดงความคิดเห็นให้ หนัง เป็นวัสดุร่วม มากที่สุด ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยจะนำไปปรับใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในขั้นตอนต่อไป

## 4.2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น และวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี โดยทำการวิเคราะห์ตามกรอบ แนวคิดของการศึกษา ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานภาคกลาง ของ (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2532 : 90) ประกอบด้วย (1) รูปแบบ (2) ลวดลายจักสาน (3) ประโยชน์ใช้สอย (4) วัสดุ (5) กรรมวิธีการผลิต เพื่อนำมาปรับใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป ซึ่งผลการศึกษาและวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

### 4.2.1 ผลการศึกษาประวัติความเป็นมาและภูมิหลังของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

#### ความเป็นมาและความก้าวหน้าของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่

ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่จัดตั้งเป็นกลุ่มผลิตหัตถกรรมจักสานแห่งแรกของอำเภอ พนสนิมคม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2521 โดยการสนับสนุนของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ศูนย์ฯ นี้มีบทบาท สำคัญในการส่งเสริมชาวบ้านในอำเภอพนสนิมคม ให้สามารถผลิตหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่ที่มีความ ละเอียดประณีตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงสร้างเครือข่ายการผลิตกระจายไปทั่ว อำเภอพนสนิมคม ซึ่งเป็นการกระจายรายได้อีกทางหนึ่ง โดยทางศูนย์ฯจะผลิตงานหัตถกรรมจักสานแพ ส่งจำหน่ายให้กับมูลนิธิศิลปาชีพและรับผลิตตามการสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างรายได้เสริมอีก ทางหนึ่ง นอกเหนือจากการทำไร่ทำนาสืบมา ในช่วงก่อนเกิดปัญหาเศรษฐกิจในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2540 ภายในพื้นที่อำเภอพนสนิมคม มีการจัดตั้งกลุ่มผลิตหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ขึ้น 3 ชุมชน คือ ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่, ศูนย์ขยายงานจักสานไม้ไผ่ และกลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตร พนสนิมคม เป็นชุมชนที่ช่วยส่งเสริมและช่วยขยายการผลิตงานหัตถกรรมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทำให้ ต่อมาในช่วงที่มีการสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP: One Tambon One Product) อำเภอพนสนิมคมมีชุมชนผลิตหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่เกิดขึ้นมากมาย จากการสนับสนุน เงินกองทุนหมู่บ้าน (กทบ.) และนโยบายของรัฐบาล เพื่อสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ ของคนในชนบทให้ดีและยั่งยืนขึ้น โดยการสร้างงานและรายได้ ภายใต้กระบวนการผลิตที่เน้นการใช้ ภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นของตนด้วยหลักพื้นฐาน 3 ข้อ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) พึ่งตนเองอย่างสร้างสรรค์ 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้จากข้อมูลการขึ้นทะเบียนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกรมการพัฒนาชุมชนภายในอำเภอพนสนิมคม พบว่ามีชุมชนผลิต หัตถกรรมจักสานที่ขึ้นทะเบียนในปี พ.ศ.2553 เพิ่มขึ้นเป็น 22 ชุมชน แต่มีปริมาณลดลงเหลือเพียง

15 ชุมชนในปี พ.ศ.2555 และปี พ.ศ.2559 มีปริมาณเหลือเพียง 9 ชุมชนเท่านั้น ซึ่งทั้ง 9 ชุมชนนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุมชนดั้งเดิมที่ผลิตหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่สืบเนื่องกันมานาน ซึ่งใน 9 ชุมชนนี้ มีศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ที่นับเป็นชุมชนผลิตหัตถกรรมจักสานที่ถูกจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม เป็นกลุ่มแรกและยังคงปรากฏชื่อในการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชนมาจนถึงปัจจุบัน

ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่มีการจัดตั้งกลุ่มเมื่อปีพ.ศ. 2521 โดยนางปราณี บริบูรณ์ (อายุ 47 ปีในช่วงก่อตั้ง) ซึ่งนับเป็นกลุ่มผลิตหัตถกรรมจักสานกลุ่มแรกในอำเภอพนัสนิคมเพื่อสนองพระราชเสาวนีย์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9 โดยมอบให้มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ สนับสนุนการดำเนินการทั้งหมด ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่จึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการทำหัตถกรรมจักสานจากแบบดั้งเดิมให้มีความประณีต ช่วยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของชาวบ้านในอำเภอพนัสนิคมเป็นอย่างมาก การดำเนินการของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่เริ่มต้นจากการจัดหาวิทยากรมาเพื่อฝึกอบรมวิชาชีพให้กับชาวบ้านให้สามารถผลิตงานหัตถกรรมจักสานฝีมือประณีตเพื่อจำหน่ายให้กับมูลนิธิศิลปาชีพฯ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนในชุมชนสืบมา ในปัจจุบันจึงมีผู้สามารถผลิตหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ได้เป็นจำนวนมาก กระจายอยู่ทั่วไปในอำเภอพนัสนิคม (คมกฤษ บริบูรณ์, สัมภาษณ์, 2561)

เมื่อปีพ.ศ. 2544 ภายหลังจากนางปราณี บริบูรณ์เสียชีวิตลงเมื่ออายุ 70 ปี คุณคมกฤษ บริบูรณ์ผู้เป็นบุตรซึ่งขณะนั้นมีอายุ 31 ปี เป็นสถาปนิกได้ดำเนินกิจการต่อ โดยทำหน้าที่ควบคุมดูแลคุณภาพและดูแลด้านการตลาดไม่ได้จักสานเอง โดยใช้ทุนของกลุ่มและทุนส่วนตัว มีการปรับปรุงการบริหารจัดการภายในศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ ให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยใช้ช่างจักสานสมัยรุ่นคุณแม่เป็นกำลังผลิตหลัก ร่วมกับเครือข่ายช่างจักสานที่กระจายอยู่ทั่วอำเภอ และทำการจัดสรรแจกจ่ายงานตามความถนัดของช่างแต่ละคนเพื่อลดระยะเวลาการทำงานและเพิ่มคุณภาพความประณีตของตัวผลิตภัณฑ์ เมื่อสานผลิตภัณฑ์เป็นส่วนๆตามความถนัดของช่างแต่ละคน จึงจะนำมาประกอบกันเป็นชิ้นงานสำเร็จอีกครั้งหนึ่ง อีกทั้งทำการพัฒนาและส่งผลิตภัณฑ์เพื่อขอกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในปี พ.ศ. 2546 และนำผลิตภัณฑ์ร่วมคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมาพร้อมกับเพิ่มช่องทางการตลาดโดยจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่นี้มีความเป็นมาและมีการปรับตัวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ อย่างต่อเนื่อง ด้านการยินยอมที่จะทดลองทำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อกระตุ้นยอดขายของสินค้า การศึกษานี้พบว่า ผู้นำ (Leader) มีบทบาทสำคัญในกำหนดแนวทางการดำเนินการของศูนย์ส่งเสริมงานจักสานด้วยไม้ไผ่เป็นอย่างมาก เพราะส่งเสริมการนำภูมิปัญญาความรู้ด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของกลุ่มมาผสมผสานเข้าแนวทางการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ ไม่ได้ยึดติดกับวงจรเดิมๆ การนำความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิมซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับกาลเทศะสมัยปัจจุบันและผลิตซ้ำเพื่อจำหน่าย สอดคล้องกับ (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, 2547 : 248) ที่กล่าวว่า การลอกเลียนแบบภูมิปัญญาแบบเดิม กลับไม่ใช่คำตอบของการศึกษาและพัฒนาที่เหมาะสม หากแต่การใช้ความรู้และภูมิปัญญาแบบเดิมในฐานะที่เป็นทุนแล้วดัดแปลงให้เหมาะสมกับลักษณะและวิถีชีวิตความเป็นอยู่สมัยใหม่นับเป็นหลักการที่เหมาะสมมากที่สุด และจากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้พบว่า

#### 4.2.2 ผลการศึกษาประเภทของเครื่องจักสานไม้ไผ่ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

เครื่องจักรสานไม้ไผ่มีมากมายหลายชนิดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป การจำแนกประเภทของเครื่องจักรสานทำได้หลายลักษณะซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแบ่งเครื่องจักรสานออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ตามการใช้สอยคือ

**ตารางที่ 4.16** ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานไม้ไผ่ตามเกณฑ์การแบ่งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักรสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี

ประเภทของเครื่องจักรสานตามเกณฑ์การแบ่งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง	ผลิตภัณฑ์ที่ทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักรสานด้วยไม้ไผ่ ผลิต
1. เครื่องจักรสานที่เป็นเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวัน แยกย่อยได้อีก 4 ประเภทคือ		
- เครื่องจักรสานสำหรับดักจับสัตว์น้ำ	เช่น ลอบ ไซ ข้อง อีจู้ อีตุ้ม	ไม่ผลิต
- เครื่องจักรสานใช้เป็นภาชนะ	เช่น กระบุง ตะกร้า กระติบ	กระเป่า ตะกร้า กระบุง กระจาด ถาด และกล่องใส่ของ
- เครื่องจักรสานที่ใช้สำหรับปู ลาด	เช่น เสื่ออก เสื่อไม้ไผ่	ไม่ผลิต
- เครื่องจักรสานที่ใช้เป็นเครื่องสวมศีรษะ	เช่น กบ กุบ หมวก	ในอดีตเคยผลิตหมวกสานด้วยไม้ไผ่ แต่ปัจจุบันไม่ผลิตแล้ว
2. เครื่องจักรสานที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาคารบ้านเรือน หรือใช้สำหรับตกแต่ง		
	ได้แก่ ฝาเรือนที่ สานด้วยตอกไม้ไผ่ ฝาขัดแตะ โครง หลังคา โคมไฟ เป็นต้น	ไม่ผลิต

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นถึงประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานไม้ไผ่ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักรสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนนิคม จังหวัดชลบุรี ที่ได้ทำการผลิตและจัดจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีเพียงประเภทเครื่องจักรสานที่เป็นเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวันประเภทเครื่องจักรสานใช้เป็นภาชนะ ได้แก่ กระเป่า ตะกร้า กระบุง กระจาด ถาด และถังขยะ อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ปลีกย่อยอื่นๆ ได้แก่ ฝาชี พัดใบโพธิ์ และผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อที่ทางศูนย์ฯ ผลิตและจัดจำหน่ายอีกด้วย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่โด่งดังและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายคือ ผลิตภัณฑ์จำพวกกระเป่าสานด้วยไม้ไผ่ นอกเหนือจากการแบ่งประเภทข้างต้นแล้ว ทางกลุ่มยังมีการแบ่งผลิตภัณฑ์อย่างง่ายจากความละเอียดของชิ้นงาน ดังนี้

การแบ่งประเภทของงานจักรสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักรสานด้วยไม้ไผ่ ได้มีการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

#### 1. ผลิตภัณฑ์ประเภทงานหยาบ

หมายถึง งานจักรสานเครื่องใช้ที่มีขนาดใหญ่ อาทิเช่น ตะกร้า กระเป๋า งานลักษณะนี้ จะใช้เส้น ตอกขนาดใหญ่ หรือใช้ผิวไผ่ นำมาสาน โดยใช้ลายพื้นฐาน ใช้เวลาน้อยในการผลิตเพราะไม่ต้องใช้ความละเอียดหรือประณีตสูง

#### 2. ผลิตภัณฑ์ประเภทงานละเอียด

หมายถึง งานจักรสานเครื่องใช้ขนาดเล็ก อาทิเช่น กระเป๋าถือโดยการใช้ลายละเอียด เช่นลายดอกพิกุล เป็นต้น เป็นงานที่จะต้องใช้ทักษะความชำนาญของช่าง และใช้ระยะเวลาในการผลิต เพราะต้องใช้ความละเอียดและมีความประณีตสูง ซึ่งกระเป่าหนึ่งใบใช้เวลาขั้นต่ำในการผลิตหนึ่งเดือนเป็น

ต้นไป ซึ่งจากการลงพื้นที่ศึกษา สังเกต และสัมภาษณ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของศูนย์ฯ ผู้วิจัย จึงได้ทำการเลือกศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานของศูนย์ฯ จำนวน 18 ชิ้น แบบเจาะจงจากผลิตภัณฑ์ที่ทางศูนย์ฯ มีการผลิตเพื่อจัดจำหน่าย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายที่ดีที่สุดและเป็นที่รู้จักมากที่สุดของทางศูนย์ฯ เพื่อจะได้นำกระบวนการผลิต รายละเอียดปลีกย่อย และลวดลายต่างๆ ของทางศูนย์ฯ ไปประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป ผลการศึกษา และการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีดังนี้

**ตารางที่ 4.17** แสดงจำนวนค่าร้อยละของรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือ จักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิคม จังหวัดชลบุรี

รายการ	จำนวน (n=18)	ร้อยละ
<b>1. รูปแบบของผลิตภัณฑ์</b>		
กระเป๋าลายดอกพิกุล	5	27.78
กระเป๋านู้ปุ่น	4	22.22
กระเป๋aben	3	16.67
กระเป๋าลายขีด	2	11.11
กระเป๋าทรงรีหูคียบหวาย	2	11.11
กระเป๋าสะพายสายยาว	1	5.56
กระเป๋ากันใหญ่บุผ้าฝ้าย	1	5.56
<b>รวม</b>	<b>18</b>	<b>100</b>
<b>2. ประเภทของผลิตภัณฑ์</b>		
กระเป๋าลือ	16	88.89
กระเป๋าสะพาย	2	11.11
<b>รวม</b>	<b>18</b>	<b>100</b>
<b>3. วัสดุ</b>		
ไม้ไผ่	2	11.11
ไม้ไผ่และหวาย	16	88.89
<b>รวม</b>	<b>18</b>	<b>100</b>
<b>4. ลวดลาย</b>		
ลายดอกพิกุล	5	27.78
ลายสาม	1	5.56
ลายปลา	2	11.11
ลายไทย	1	5.56
ลายคลื่น	2	11.11
ลายขีด	1	5.56
ลายคลื่น และลายขีด	2	11.11
ลายขีด และลายขีด	2	11.11
ลายกากบาท และลายสอง	1	5.56
	1	5.56
<b>รวม</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

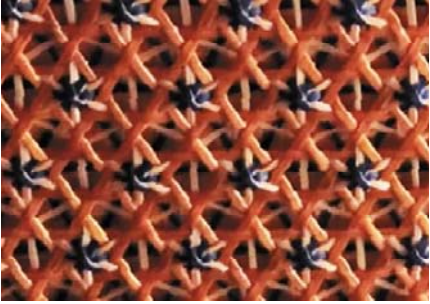


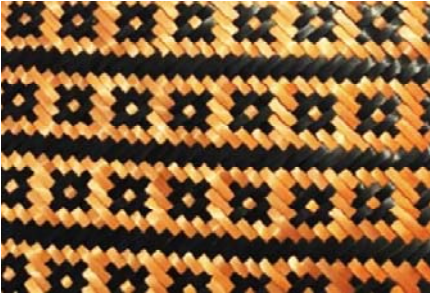
จากตารางที่ 4.17 พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่วใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ กระเป๋าลายดอกพิกุล คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมาคือกระเป๋ากู้ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 22.22 กระเป๋าสวน คิดเป็นร้อยละ 16.67 กระเป๋าลายซิดและกระเป๋าทรงรีหูคืบหวาย คิดเป็นร้อยละ 11.11 เท่ากัน และสุดท้ายเป็นกระเป๋าสะพายสายยาว และกระเป๋ากันใหญ่ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 5.56 ทั้งสองรูปแบบประเภทของผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่วออกเป็นประเภทกระเป๋ากู้ คัดเป็นร้อยละ 88.89 และประเภทกระเป๋าสะพาย คิดเป็นร้อยละ 11.11 วัสดุที่ใช้ในการผลิตกระเป๋าส่ว ออกเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่วที่ใช้วัสดุจากไม้ไผ่และหวาย คิดเป็นร้อยละ 88.89 และผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่วที่ใช้วัสดุจากไม้ไผ่ คิดเป็นร้อยละ 11.11 ลวดลายที่ใช้ในงานกระเป๋าส่ว พบว่า เป็นลายดอกพิกุล คิดเป็นร้อยละ 27.78 ลายปลา ลายคลื่น และการนำสองลวดลายมาใช้ในผลิตภัณฑ์เดียว ได้แก่ ลายคลื่นและลายซิด ลายซิดและลายซิด คิดเป็นร้อยละ 11.11 ลายสาม ลายไทย ลายซิด และการนำสองลวดลายมาใช้ในผลิตภัณฑ์เดียว ได้แก่ ลายกากบาทและลายสอง ลายปลาและลายสอง คิดเป็นร้อยละ 5.56

#### 4.2.4 ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ลวดลายจกสานที่ปรากฏอยู่บนผลิตภัณฑ์ ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจกสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี






ตารางที่ 4.18 แสดงลวดลายจกสานที่พบในผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจกสาน ด้วยไม้ไผ่ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
1.	ลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม) 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
2.	ลายดอกพิกุล (ลายไทย) 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ





ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
3.	ลายดอกพิกุล (ลายพิกุลร่วง) 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
4.	ลายดอกพิกุล (ลายดาวล้อมเดือน) 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
5.	ลายคลื่น 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณกันผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่
6.	ลายไทย 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณกันผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ




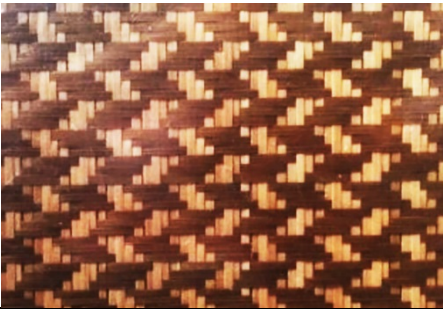

ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
7.	ลายปลาเล็ก 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณกันผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่
8.	ลายปลา 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณกันผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่
10.	ลายกากบาท 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณกันผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
11.	ลายขีด 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
12.	ลายขีดกากบาท 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณกันผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ

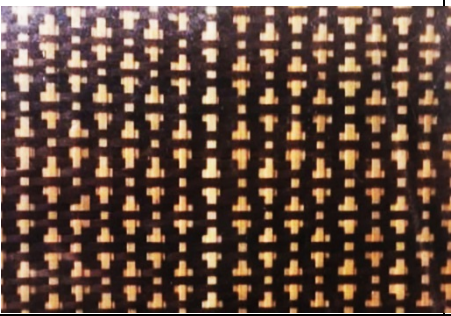


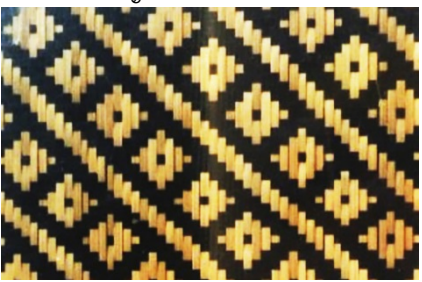
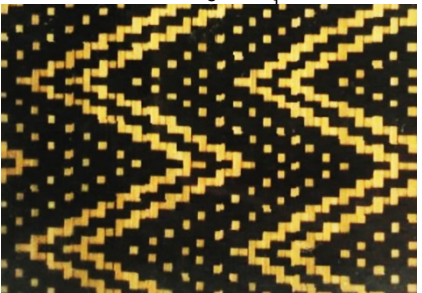
ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
13.	ลายขีดขอก่าย 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณก้นผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
14.	ลายขีดขอยาว 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
15.	ลายขีดลายมะระ 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
16.	ลายขีดขอสั้น 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
17.	ลายจุด 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ

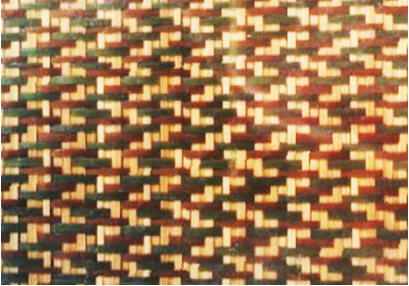




ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
18.	ลายขิดลายดาวล้อมเดือน 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
19.	ลายขิดขอมผสมลายขิดกัจจกร 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
20.	ลายดอกกะหล่ำ 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
21.	ลายไปไม้ร่วง 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
22.	ลายประทุนเรือ 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ

ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
23.	ลายปวตพิน 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
24.	ลายพินปลาผสม 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
25.	ลายไทยสี่ดอกใหญ่ 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
26.	ลายไทยใหญ่ทาง 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
27.	ลายน้ำไหลทางใหญ่สองจุด 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ

ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
28.	ลายเม็ดแตง 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
29.	ลายยืนตอกสั้น 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
30.	ลายยืนล้อมสี่เหลี่ยม 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
31.	ลายลูกน้ำ 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
32.	ลายลูกศร 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ

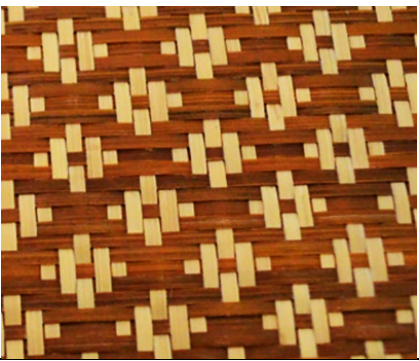
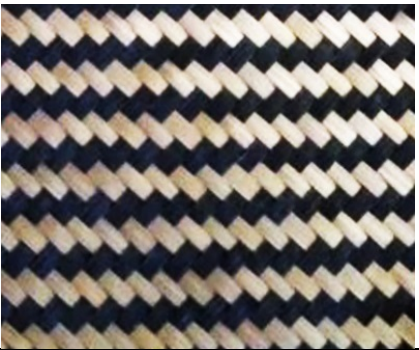
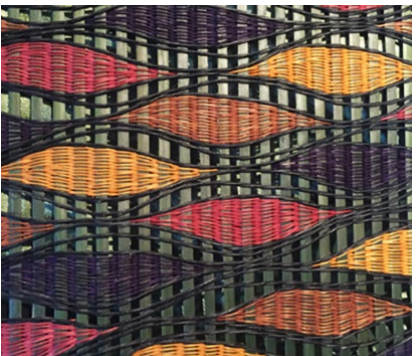

ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
33.	ลายขีดดอกจอกดัดแปลง 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
34.	ลายขิดตาแมว 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
35.	ลายไทยดอกกระจาย 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
36.	ลายไทยสี่ดอกเล็ก 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
37.	ลายสวัสติกะจีน 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ


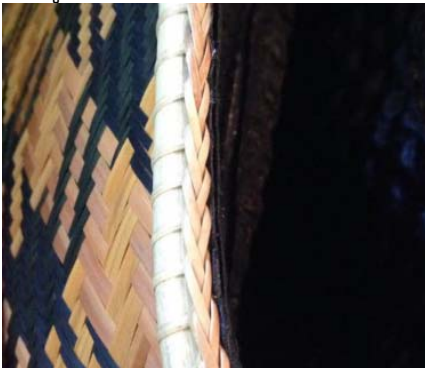
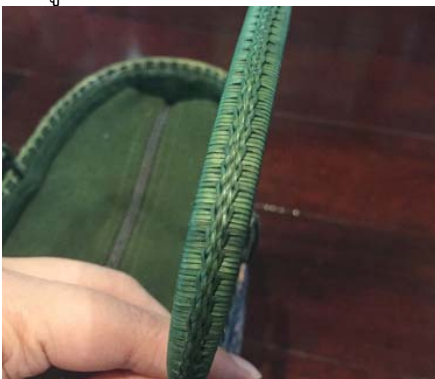
ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
38.	ลายหมากฮอส 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่
39.	ลายหัวใจ 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่
40.	ลายน้ำไหลทางเล็กสองจุด 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
41.	ลายน้ำไหลกากบาท 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ

ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
42.	ลายขีด (ลายไทยเล็ก) 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ สืบทอดมาแต่โบราณ
43.	ลายสอง 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณก้นผลิตภัณฑ์	ลวดลายแม่บท สืบทอดมาแต่โบราณ
44.	ลายลายคลื่น (ตอกกลม) 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์	ลวดลายประดิษฐ์ คิดค้นขึ้นใหม่
45.	ลายขัด 	บริเวณตัวผลิตภัณฑ์ บริเวณก้นผลิตภัณฑ์	ลวดลายแม่บท สืบทอดมาแต่โบราณ

ตารางที่ 4.18(ต่อ)

ลำดับ	ลวดลาย	บริเวณที่พบ	ชนิดของลวดลาย
46.	ไม้ไผ่พันด้วยหวายเดินลาย 	บริเวณหูผลิตภัณฑ์	ลวดลายแม่บท สี่บทอดมาแต่โบราณ
47.	การจูนางสองหวาย 	บริเวณหูผลิตภัณฑ์ บริเวณขอบผลิตภัณฑ์ บริเวณหูกีบผลิตภัณฑ์	ลวดลายแม่บท สี่บทอดมาแต่โบราณ
48.	การจูนางสามหวาย 	บริเวณหูผลิตภัณฑ์ บริเวณขอบผลิตภัณฑ์ บริเวณหูกีบผลิตภัณฑ์	ลวดลายแม่บท สี่บทอดมาแต่โบราณ

จากตารางที่ 4.18 ตารางแสดงลวดลายจักสานที่พบในผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอน้ำสนิคม จังหวัดชลบุรี พบว่า ลวดลายจักสานที่จะพบบริเวณกันของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็น กระเป๋า ตระกร้า กระบุง กระจาด และถึงขยะนั้น จะเป็นลวดลายจักสานที่มีความแข็งแรง แน่นหนา เพราะบริเวณกันของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่จักสาน จะเป็นบริเวณที่รับน้ำหนักของสัมภาระภายใน ลวดลายที่พบบริเวณกันกระเป๋าส่วนใหญ่ ได้แก่ ลายขัด ลายสอง และลายสาม และจะพบลวดลายที่มีความสวยงามแต่มีความแข็งแรง แน่นหนาน้อยกว่าลายที่กล่าวข้างต้นที่บริเวณกันผลิตภัณฑ์ต่างๆเช่นเดียวกัน ได้แก่ ลายปลา ลายคลื่น ลายกากบาท และลายไทย ส่วนบริเวณตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นส่วนที่จะแสดงความสวยงามของลวดลาย เพื่อดึงดูดความสนใจต่อผู้บริโภค และเป็นส่วนที่จะต้องมีความแข็งแรงแน่นหนาพอสมควร เพราะเป็นบริเวณที่ใช้เก็บสัมภาระภายใน ลวดลายที่

จะพบในบริเวณนี้ ได้แก่ ลายดอกพิกุล (ลายดาวล้อมเดือน) ลายดอกพิกุล (ลายสามเหลี่ยม) ลายดอกพิกุล (ลายไทย) ลายดอกพิกุล (ลายพิกุลร่วง) ลายขีด ลายขีด (ลายไทยเล็ก) ลายสอง ลายสาม ลายปลา ลายคลื่น ลายคลื่น (ตอกกลม) ลายกากบาท ลายไทย ลายขีด ส่วนบริเวณที่เป็นขอบ และหูของผลิตภัณฑ์ จะใช้เป็นการจูงนางสองหวาย และจูงนางสามหวาย ส่วนบริเวณหูหิ้วนั้นจะเป็นบริเวณที่สัมผัสกับผู้บริโภคในการใช้งาน และเป็นส่วนที่รับน้ำหนักของตัวผลิตภัณฑ์ในการใช้งาน บริเวณนี้จะไม่ใช้ไม้ไผ่พันด้วยหวายเดินลาย การจูงนางสองหวาย และจูงนางสามหวาย จะพบว่าในบริเวณที่ต้องการความแน่นหนา จะมีการใช้วัสดุหวายเข้ามาาร่วมด้วย ด้วยคุณสมบัติของหวายนั้น มีความเหนียว และความแข็งแรงทนทาน จึงมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นวัสดุในบริเวณดังกล่าว

ดังจะเห็นได้ว่า ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ด้านลวดลายจักสานนั้น ส่วนมากเป็นลวดลายโบราณที่สืบทอดต่อกันมา ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว และทำการลวดทอน ทำซ้ำ ออกมาเป็นลวดลายจักสาน ซึ่งลวดลายของเครื่องจักสานสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มลายแม่บท (ลายขีด ลาย สอง ฯลฯ) 2) ลายพัฒนา (ลายดีหล่ม ลายดีตะแคง ลายเฉลว ลายตาชะลอม ฯลฯ) 3) ลายประดิษฐ์ (ลายดอกจัน ลายดอกพิกุล ลายขีด ลายพัด ลายข้าวหลามตัด ฯลฯ) โดยเฉพาะลายดอกพิกุล ถือเป็นอัตลักษณ์ของเครื่องจักสานพนัสนิคม ที่ได้รับการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ จัดเป็นลายประดิษฐ์ที่มีความละเอียดและประณีตสูง โดยขั้นตอนการสานเริ่มจากการเลือกใช้เส้นตอกที่มีเส้นขนาดเล็กผิวเรียบละเอียด ทั้งเส้นตอกแบนและเส้นตอกตะแคง โดยเริ่มสานจากลายพิกุลพื้นฐานเช่นลายเฉลว 6 เส้น (ลายตาชะลอม) จากนั้นจึงยอนลายพิกุลแบบต่างๆ โดยนำเส้นตอกขนาดเล็กกว่าเส้นตาชะลอมมาสอดเข้าออกตรงช่องว่างของลายตาชะลอมจนเกิดลวดลายตามต้องการ หรือที่ช่างชาวพนัสนิคมเรียกว่า “การยอนลาย” และจะใช้การยอนตอก คือการดันพื้นตอกเพิ่มให้ตัวลายเด่นลอยสูงขึ้น เมื่อสัมผัสจะรู้สึกได้ว่ามีความนูนต่ำและสูงต่างกันไป แต่ไม่มีความทหนา จึงมักจะใช้ลายแม่บท ลายขีด ลายสองหรือสามสานซ้อนทับด้านในเพื่อความแข็งแรง



ภาพที่ 4.1 แสดงการสานลายดอกพิกุล ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่

#### 4.2.5 ผลการศึกษาภูมิปัญญากระบวนการจักสานไม้ไผ่เป็นผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

การผลิตหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในอำเภอพนัสนิคมนั้น เป็นลักษณะการรวมกลุ่ม เป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายรวมกันอยู่หลายกลุ่ม โดยศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่เป็นกลุ่มหนึ่งที่มีขนาดขนาดใหญ่ มีสมาชิกช่างจักสานทั้งที่ทำงานประจำภายในศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ และทำงานกระจายอยู่ในอำเภออื่น จำนวน 80 คน รวมถึงกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (Cluster) ที่พึ่งพาอาศัยกัน เช่น กลุ่มแม่บ้านสวนตาลมีความชำนาญในการเย็บจักรอุตสาหกรรมมาร่วมทำงานกับศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้และช่วยทำงานบุผ้า

ซับซ้อนเพราะทำให้กับทางส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่นั้น จะมีลักษณะการทำงานแบบกลุ่ม โดยผู้เป็นเจ้าของ (คุณคมกฤษ บริบูรณ์ ปัจจุบัน) มีหน้าที่จัดจำหน่ายและกำกับดูแลให้ชิ้นงานมีคุณภาพตรงตามที่ได้ออกแบบไว้ (ไม่ได้ลงมือทำเอง) โดยจัดแบ่งชิ้นงานออกเป็นส่วนๆ และมอบหมายให้ทำตามความถนัดของช่างแต่ละคน แล้วจึงนำมาประกอบกันเป็นชิ้นงานสำเร็จในภายหลัง งานแต่ละชิ้นที่ผลิตขึ้นจึงเป็นแบบกลุ่ม ไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นผู้ใดเป็นผู้ผลิตขึ้นแต่มีความรวดเร็วในการทำงานต่อชิ้นมากยิ่งขึ้น

**วัสดุที่ใช้ในการผลิตงานประกอบด้วย** ไม้ไผ่ หวาย สีย้อม (สีย้อมไหม) กาวร้อน และน้ำมันเคลือบผิว โดยมีวัตถุดิบหลัก คือไม้ไผ่ (Raw Material) ซึ่งเดิมชาวพม่านิยมใช้ไผ่สีสุก (*Bambusa blumeana* Schult.) ในการผลิตหัตถกรรมจักสานเหมือนหลายชุมชนในประเทศไทย แต่ด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไปชาวบ้านจึงพยายามเลือกหาไผ่ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการผลิตงานแบบใหม่ จนค้นพบว่าไผ่หนวล (*Dendrocalamus membranaceus* Munro) การทำหัตถกรรมจักสานในอำเภอพนมสนธิคม จังหวัดชลบุรี นิยมใช้ไผ่หนวลในการทำหัตถกรรมจักสาน เนื่องจากมีคุณสมบัติที่เหมาะสมคือลำปล้องมีความยาวข้อไม่มีหนาม ผิวหนวลแต่เหนียวนุ่ม ทำให้สามารถจักเส้นตอกได้ความยาวและเนื้อละเอียดนุ่มสามารถผลิตงานละเอียดได้ดีกว่าไผ่สีสุก อายุของไผ่ที่นิยมนำมาจักสานคือสองปี ซึ่งการตัดไผ่เพื่อใช้งานนั้น จะตัดตามลำดับปล้องไผ่ คือ ปล้องแรกบริเวณโคนต้นนิยมใช้ทำผลิตภัณฑ์ชิ้นใหญ่ ที่ไม่ต้องใช้ความประณีต ปล้องที่สองถึงปล้องที่สามปล้องมีความยาวนิยมใช้ในการจักสานชิ้นงานที่มีความประณีตสูง และปล้องที่สี่บริเวณปลายลำต้นนิยมตัดทำงานจักสานชิ้นเล็ก เพราะลำปล้องสั้น

ปัจจุบันไม้ไผ่ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำจักสานในอำเภอพนมสนธิคม นำเข้ามาจากจังหวัดจันทบุรี กาญจนบุรี และประเทศกัมพูชา ซึ่งแต่ละปีพ่อค้าสามารถจัดหาไผ่หนวลมาเพื่อจำหน่ายได้ประมาณ 1,000 - 2,000 ปล้องต่อปีเท่านั้น โดยจำหน่ายราคา 20 - 30 บาทต่อปล้อง เพื่อผลิตให้ทันต่อความต้องการของตลาด ซึ่งไม่สัมพันธ์กับระยะเวลาในการเจริญเติบโตของไม้ไผ่ภายในชุมชน ประกอบกับพื้นที่เกษตรกรรมพื้นที่ป่าไม้ในอำเภอพนมสนธิคมมีพื้นที่ลดลง ส่งผลให้มีปริมาณไม้ไผ่ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ผลิตหัตถกรรมจักสาน



ภาพที่ 4.2 แสดงไม้ไผ่หนวลก่อนและหลังการเตรียมวัสดุ

**เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต** มีอยู่ด้วยกันหลายชนิดประกอบด้วย

1. มีดโต้ มีลักษณะเป็นมีดที่มีสันตรง ปลายตัด ความยาวประมาณ 30 เซนติเมตร ใช้สำหรับบริดกิ้งหรือตัดไม้ไผ่ออกและการตัด ฝ่าไม้ไผ่ออกจากกัน
2. เลื่อยคันธนู ใช้ตัดไม้ไผ่เป็นลำให้มีขนาดหน้าตัดเรียบและได้ขนาดที่ต้องการ

3. เลื่อยลันดา ใช้ตัดไม้หรือไม้ไผ่โดยเฉพาะไม้ไผ่ที่มีขนาดเล็ก ไม่นิยมนำมาใช้ตัดไม้ไผ่ที่เป็นท่อนหรือหนาเนื่องจากจะทำให้เลื่อยติดขัดไม้ไผ่อาจฉีกขาดได้

4. ตลับเมตร ใช้วัดขนาดของไม้ไผ่ที่ต้องการเพื่อนำมาตัดให้พอดีกับงานจักสานที่ต้องการ และการวัดกำหนดขนาดของชิ้นงานในขณะทำการจักสานด้วย

5. มีดเหลาตอก เป็นเครื่องมือหลักในการจักสานไม้ไผ่เพราะสามารถนำมาใช้ในการจักและเหลาตอกกลม ตอกแบน นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ในการตกแต่งซี่ไม้ไผ่ให้เกิดความเรียบร้อยและการตกแต่งสันตอกให้มีความอ่อนนุ่มง่ายต่อการตัด สอด สานให้เกิดความละเอียด ประณีต

6. มีดจักตอก ใช้สำหรับจักตอกไม้ไผ่ให้มีขนาดเล็กก่อนนำไปเหลาตอกด้วยมีดเหลาตอกได้ขนาดที่เหมาะสมกับชิ้นงาน

7. หินลับมีด ใช้ลับมีดเหลาตอก มีดจักตอกให้มีคมอยู่เสมอซึ่งสำคัญมากในการจักตอก เพราะมีดที่คมจะทำให้สามารถตัด จัก หรือเหลาตอกได้เกลี้ยงเกลาไม่ฉีกขาด

8. เครื่องเลียดตอกกลม ใช้เหลาตอกไม้ไผ่หรือหวายให้มีความกลมเท่ากันตลอดทั้งเส้นก่อนนำไปสาน ในอดีตใช้จานสังกะสี ฝาปิดยาหม่อง กระจบองสี กระจบองนม มาเจาะเป็นรูหลายขนาด ปัจจุบันนิยมใช้เป็นแผ่นอลูมิเนียมหรือแผ่นเหล็กเจาะรูเนื่องจากมีความคมและทนทานกว่า

9. เครื่องรีดตอกแบน หรือกระบรีดตอก ใช้เหลาตอกไม้ไผ่หรือหวายให้แบนหรือบางขนาดเท่ากันตลอดทั้งเส้น เป็นการนำใบมีด ที่ทำจากใบเลื่อยตัดเหล็กนำมาเจียรระไนให้มีคม แต่ปัจจุบันนิยมใช้ใบกบไฟฟ้าเป็นใบมีดแทนเนื่องจากมีความคมและทนทานกว่า

10. เครื่องกลึงไม้ เป็นเครื่องจักรที่นำมาใช้ในกลึงไม้ทำเป็นฐานหรือโครงสร้างของเครื่องจักสาน เช่น ฐานตะกร้า

11. เหล็กหมาดหรือเหล็กแหลมมี 2 แบบ คือแบบปลายกลมแหลมใช้ไซหรือแฉะตอกเพื่อร้อยหวายหรือเชือกผูกโครงสร้าง แบบปลายแบนแหลมมักจะใช้เจาะหรือไซให้เป็นรู เมื่อต้องการผูกหวายเสริมโครงสร้างให้แข็งแรงหรือการสานตอกในที่แคบๆยากต่อการสาน

12. คีมไม้ มีลักษณะคล้ายคีมทั่วไปทำด้วยไม้เนื้อแข็งใช้หนีบขอบกระบุง ตะกร้า กระจาด ขณะเข้าขอบปากเพื่อผูกหวายที่ขอบให้แน่น

13. คีมลือคใช้ในการจับขอบงานจักสานใช้แทนคีมไม้ซึ่งใช้งานได้ดีกว่าเนื่องจากสามารถลือคแน่นแน่นอ่อนกว่า มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้งาน

14. สว่านไฟฟ้า ใช้ในการเจาะไม้หรือไม้ไผ่เพื่อใช้ร้อยเชือก หวายหรือลวดในการยึดตรึงชิ้นงานจักสาน เช่น การยึดหัวเปลไม้ไผ่ เป็นต้น

15. คีมชนิดอื่นๆ ใช้ในการตัด การดัด วัสดุในงานจักสาน หรือใช้สำหรับการผูกมัด ยึดตรึงขอบชิ้นงานด้วยลวด เช่นของเปลไม้ไผ่ ขอบตะกร้า กระจาด เป็นต้น

16. หุ่นสานขึ้นรูปเครื่องจักสาน ใช้เป็นต้นแบบจักสานขึ้นรูปให้มีขนาดรูปร่าง ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันปัจจุบันมีการพัฒนาหุ่นหลายแบบ เช่น หุ่นของจริงหุ่นไม้แบบต่างๆ หุ่นที่ทำจากกระดาษแข็ง การใช้แบบหลุมและการขีดเส้นกำหนดขนาดในการสาน

17. เลื่อยฉลุไฟฟ้าใช้ในการตัดตรง ตัดโค้งอกับไม้ที่มีความหนาไม่เกิน 3 นิ้วชาวบ้านนิยมนำมาตัดไม้เป็นวงกลมหรือวงรีเพื่อใช้เป็นฐานหรือก้นตะกร้า

18. กรรไกรใช้ตัดเส้นพลาสติกเชือกหรือตอกไม้ไผ่ที่ไม่ต้องการออกให้ได้ขนาดที่ต้องการ

19. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเคลือบเงาเครื่องจักสานให้สีสนสวยงาม ป้องกันความชื้นเชื้อราแมลง ได้แก่การรมควัน เมาไฟ สเปรย์แล็คเกอร์ แชลแลค ยูรีเทน น้ำมันวานิช และวัสดุที่เป็นตัวทำละลาย ได้แก่แอลกอฮอล์ น้ำมันสน ทินเนอร์ น้ำมันก๊าด น้ำมันเบนซิน เป็นต้น



ภาพที่ 4.3 แสดงอุปกรณ์จักสาน ได้แก่ มีด, มีดจักตอก และคีมไม้



ภาพที่ 4.4 แสดงอุปกรณ์ซักเสียด

และในปัจจุบัน ได้มีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการตัดผ้าไม้ไผ่ ในขั้นตอนการเตรียมเส้นตอกเพื่อใช้สาน เนื่องจากความต้องการในการใช้เส้นตอกที่มีมากและการเตรียมเส้นตอกจำเป็นต้องมีการตัดการผ่าซึ่งต้องใช้แรงงานผู้ชาย แต่เนื่องจากแรงงานผู้ชายมีน้อย การใช้เครื่องจักรช่วยทุ่นแรงจึงมีความจำเป็นมาก โดยทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ จะใช้เฉพาะขั้นการเตรียมวัตถุดิบเท่านั้น ในส่วนขั้นตอนการผลิตอื่นๆ ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ยังคงอนุรักษ์การสานและขึ้นรูปด้วยแรงงานคนซึ่งเป็นช่างฝีมือที่มีความชำนาญตามรูปแบบดั้งเดิม



ภาพที่ 4.5 เครื่องตัดและเครื่องขัดกระดาษทรายที่นำเข้ามาใช้ทุ่นแรง

## ขั้นตอนกระบวนการผลิต

ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านกระบวนการผลิต การผลิตผลิตภัณฑ์ในด้วยวิธีการจักสาน พบว่าทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ ไส้ใจและมีความละเอียดอ่อนประณีตสูงไม่น้อยไปกว่าขั้นตอนวิธีการสานลายสอดคล้องกับ (ชมขวัญ บุตรเวียงพันธ์.2548 : 126-127) ที่กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบเครื่องจักสานต้องให้เกิดคุณค่าทางความงาม และศิลปะเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยต้องพัฒนาตั้งแต่วัตถุดิบ คุณภาพ รูปแบบเทคนิคกรรมวิธีการผลิต ตลอดจนจิตใจสำนึกของผู้ผลิต

### 1. ขั้นตอนการเตรียมไม้ไผ่เพื่อทำดอก

1.1 นำไม้ไผ่ทั้งท่อนมารมควันจากนั้นทำการขูดผิวโดยใช้มีดขูดผิวด้านนอกส่วนที่เป็นผิวสีเขียวออกและตัดส่วนที่เป็นข้อไม้ทิ้งโดยใช้เลื่อย ให้เหลือแต่ส่วนปล้องเท่านั้นแล้วจึงผ่าไม้ไผ่ออกเป็น 4 ซีกขนาดเท่าๆกันตามความยาวของปล้องโดยจะเลือกใช้ปล้องที่ 2 และ 3 เพราะมีลักษณะยาวเป็นลำสวย ขนาดพอดีเหมาะแก่การนำไปผลิตงานหัตถกรรมจักสาน

1.2 นำไม้ไผ่จากข้อ 1.1 ไปต้มในภาชนะพิเศษที่ออกแบบให้เท่ากับ ความยาวของปล้องไม้ไผ่ที่ใช้ โดยต้มในน้ำเดือดใส่น้ำพอกท่วม ต้มนานเป็นเวลา 2 ชั่วโมง ควรใส่ใบสะเดาและเกลือเล็กน้อยลงในน้ำที่ต้มเพื่อป้องกันแมลงและรา

1.3 นำไม้ไผ่ที่ต้มแล้วมาผึ่งแดดประมาณ 3 - 4 วัน หรือจนกว่าจะแห้งสนิทแล้วนำไปเก็บไว้ในที่ไม้อับชื้นเพื่อรอการผลิตขั้นต่อไป

### 2. ขั้นตอนการเตรียมดอกไม้ไผ่สำหรับสาน

2.1 ก่อนทำการจักสานให้นำไม้ไผ่ที่เตรียมไว้แล้ว มาแช่น้ำเปล่าก่อนประมาณ 1 คืนเพื่อให้ไม้ไผ่มีลักษณะที่อ่อนนุ่มขึ้น จากนั้นทำการกรีดดอกโดยใช้มีดผ่าไม้ไผ่ตามยาว เลือกใช้เฉพาะส่วนของเนื้อติดผิวในแต่ละชั้นตามจุดประสงค์ของชิ้นที่จะผลิต โดยชั้นที่ 1 จะมีความแข็งแรงเหมาะสำหรับใช้สานตะกร้าหรือกระด้ง ชั้นที่ 2 ใช้สำหรับสานหุ้มเซรามิก ส่วนชั้นที่ 3 และ 4 จะอ่อนเหมาะสำหรับสานกระเป๋าหรือตะกร้า แล้วลอกออกให้เหลือเป็นแผ่นบางๆขนาดความกว้างประมาณ 30 มิลลิเมตร และมีความหนาน้อยกว่า 0.5 มิลลิเมตร แล้วจะทำขนาดให้เล็กลง 1-3 มิลลิเมตรโดยการชักเสียดแล้วแต่ความละเอียดของชิ้นงานที่ต้องการ



ภาพที่ 4.6 แสดงการตัดข้อไม้ แบ่งช่วงไม้ ขูดผิวชั้นนอกออกจนเห็นผิวชั้นใน และนำไปต้ม



ภาพที่ 4.7 แสดงการตากไม้ไผ่จนแห้งหลังจากการนำไปต้ม



ภาพที่ 4.8 แสดงการเตรียมขีดแยกขนาด และเตรียมตอกเพื่อนำไปย้อม

### 3. ขั้นตอนการย้อมสีตอกไม้ไผ่

โดยการนำตอกที่ทำเสร็จแล้วไปย้อมสีย้อมผ้าตามสีที่ต้องการ วิธีการย้อมมีดังนี้ คือนำน้ำเปล่าขนาดพอประมาณมาต้มจนเดือด ใส่สีที่ต้องการลงไป จากนั้นใส่เกลือลงไปประมาณ 2 ช้อนชา เพื่อให้สีติดคงทน แล้วนำเส้นตอกที่เตรียมไว้ลงไปต้มประมาณ 1/2 ชั่วโมง จากนั้นยกลงนำเส้นตอกที่ย้อมสีแล้วลงมาแช่ในน้ำเปล่าประมาณ 1-2 นาที เพื่อล้างและเช็คสีว่าได้ตามที่ต้องการหรือไม่ หากไม่ได้ตามที่ต้องการก็จะเริ่มทำใหม่ เมื่อย้อม และล้างออกย้อมซ้ำไปเรื่อยๆจนเป็นที่พอใจ จะนำไปแช่ในน้ำสารส้มประมาณ 5 นาทีเพื่อป้องกันสีตก แล้วนำไปผึ่งลมให้แห้ง เก็บไว้ในที่อากาศถ่ายเทสะดวก

ทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ ใส่ใจและให้คุณค่าด้านการเตรียมวัสดุต่างๆให้มีความก่อนการนำมาผลิตชิ้นงาน เนื่องจากเห็นว่า ตัวผลิตภัณฑ์นั้นจะทรงคุณค่าได้ก็ต่อเมื่อวัสดุต่างๆที่เข้ามาประกอบเป็นชิ้นงานต้องมีคุณภาพที่ดี จึงใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อยต่างๆเป็นอย่างมาก การควบคุมการย้อมสีเส้นตอกและชิ้นส่วนประกอบของงาน จึงเป็นขั้นตอนที่ทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเป็นผลดีของการร่วมกลุ่มทำงานร่วมกันเป็นจำนวนมาก เพราะการย้อมสีจะย้อมเส้นตอกหรือชิ้นส่วนพร้อมกันทั้งหมดในสีชนิดเดียวกัน การควบคุมปริมาณของสีย้อม ผู้ย้อมสามารถกำหนดระยะเวลาและควบคุมให้ผิวของเส้นตอก หรือชิ้นส่วนมีสีตรงตามสีที่กำหนดไว้ในแบบผลิต แตกต่างจากชาวบ้านที่ทำงานหัตถกรรมส่วนตัว เนื่องจากวัสดุและอุปกรณ์ที่ไม่เพียงพอซึ่งสามารถทำได้ทีละน้อย การทำหลายครั้งที่แตกต่างกันของเวลา การย้อมสีมักทำให้เกิดปัญหาการติดของสีที่เนื้อไม้ไผ่ไม่เท่ากัน และการย้อมสีตอกไม้ไผ่นั้น สีที่ได้ในระหว่างการย้อม กับสีที่ได้เมื่อตอกแห้ง จะมีสีที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด การย้อมสีตอกไม้ไผ่จึงจำเป็นต้องใช้ความชำนาญของช่างในการย้อม การย้อมสีที่ใส่ใจและทำไปทีละขั้นตอนอย่างมีคุณภาพ ส่งผลให้ตอกไม้ไผ่ย้อมสีของทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ มีคุณภาพที่ดี สีไม่ตก และคงอยู่ได้นาน และจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าข้อจำกัดของการย้อมสีตอกไม้ไผ่ คือตอกไม้ไผ่นั้น ไม่สามารถย้อมสี

ขาว หรือสีอ่อนปนขาวโทนพาสเทลได้ เนื่องจากยังไม่มีสารเคมีตัวใดจะทำให้เส้นตอกติดสีอมขาวโดยเนื้อตอกไม่บางลง และในการย้อมสีแต่ละครั้งไม่สามารถทำให้เหมือนกันในทุกครั้งได้ จะทำได้เพียงแต่ใกล้เคียงกันเท่านั้น



ภาพที่ 4.9 แสดงการย้อมสีเส้นตอก

4. ขั้นตอนในการสานผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งการขึ้นรูปของผลิตภัณฑ์ที่หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ได้เป็น 2 รูปแบบคือ

4.1 การขึ้นรูปแบบอสิระ เป็นการขึ้นรูปที่ใช้ไม้ไผ่เป็นโครงสร้างที่เรียกว่า“เสา” เช่น การสานแข่ง ตระกร้า เป็นต้น การขึ้นรูปด้วยวิธีนี้ ช่างสานจะต้องมีทักษะและความชำนาญเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 4.10 แสดงการขึ้นรูปแบบอสิระ

4.2 การขึ้นรูปแบบมีต้นแบบ เป็นการขึ้นรูปโดยอาศัยการสานทับลงไปบนตัวหุ่นสาน ที่ทำจากไม้สามารถถอดแยกชิ้นส่วนจากกันได้ ใช้เป็นโครงในการขึ้นต้นการสาน เมื่อสานจนเต็มจึงจะทำการถอดเอาแม่แบบออก ได้ผลิตภัณฑ์ออกมาตามรูปแบบที่ต้องการ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการ

ควบคุมมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในแง่หนึ่ง โดยการสานลายบนแม่แบบ หรือที่เรียกว่า โมลด์ (mold) เป็นรูปทรงและขนาดตามต้องการ ช่วยให้การผลิตได้ขนาดและรูปทรงที่ได้มาตรฐานเหมือนกัน ใน การผลิตซ้ำ (mass production) ทำให้สะดวกใน การคำนวณวัสดุ การบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา และรูปแบบการนำไปใช้งาน



ภาพที่ 4.11 แสดงการขึ้นรูปแบบมีต้นแบบ และแม่แบบหุ่นสานรูปทรงต่างๆ

ในส่วนของโครงสร้างการผลิตนั้น ได้อธิบายโครงสร้างส่วนต่างๆ จากตำแหน่งของผลิตภัณฑ์จักสานได้ดังนี้

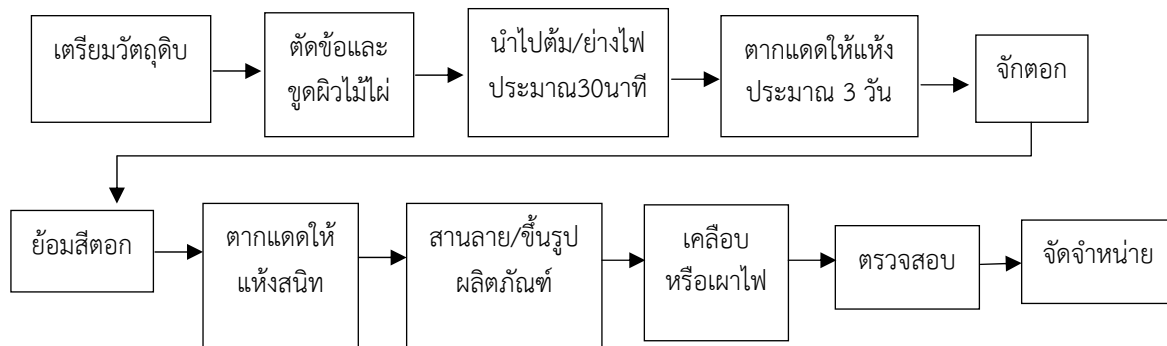
1. ส่วนกัน เครื่องจักสานส่วนใหญ่เริ่มต้นสานชิ้นงานจากส่วนของกัน หรือส่วนฐานเป็นอันดับแรก ช่างจักสานผู้ชำนาญจะกำหนดภาพในใจของขนาด และรูปทรงสุดท้ายในงานจักสานที่กำลังจะเริ่มต้นทำ จากนั้นถึงจะลงมือสร้างส่วนของกันขึ้น ในส่วนของเครื่องจักสานที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นภาชนะนั้น ส่วนของกันจะต้องแข็งแรง ทนทาน เหมาะสมกับการใช้งาน เพราะเป็นส่วนที่รับน้ำหนักของสิ่งที่บรรจุอยู่ภายใน อีกทั้งยังต้องสัมผัสกับพื้นที่ภายนอกอยู่ตลอดเวลา ความแคบกว้าง แบนราบ หรือโค้งมนของส่วนกัน จะเป็นตัวกำหนดว่าเครื่องจักสานชนิดนั้น มีการใช้งานที่สัมพันธ์กับการตั้งวางอยู่กับที่ราบ หรือใช้แขวน สะพาย มากน้อยเพียงใด

2. ส่วนกลาง หรือส่วนของผนังของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน เป็นส่วนกำหนดให้เกิดรูปทรงของภาชนะ และความถี่ห่างของพื้นผิวทำให้เกิดความโปร่ง หรือทึบ ตามการแต่ความต้องการใช้งาน นอกจากนี้รูปทรง ความโค้งเว้าของผนังแบบต่างๆ ยังเป็นส่วนช่วยส่วนของกันในการรับน้ำหนักของแรงดันจากสิ่งของที่ใส่อยู่ภายใน ในบางครั้งส่วนของผนังนี้ กลับกลายเป็นส่วนที่นำมาประกบกับโครงในภายหลัง ไม่ได้ทำพร้อมๆกันไป โดยจะทำการโครงแนวตั้งรับด้านในผลิตภัณฑ์ไว้ก่อน ส่วนภายนอกสานผนังส่วนกลาง โดยจักสานให้เป็นลวดลาย แล้วจึงนำมาประกบกับโครงสร้างที่ทำเป็นโครงไว้แล้ว แล้วจึงมัดด้วยหวาย หรือเชือกอีกทีหนึ่ง ผนังแบบนี้จึงไม่ช่วยส่วนอื่นๆ ในการรับน้ำหนัก เป็นเสมือนผิวผนังเพื่อตกแต่งเท่านั้น

3. ส่วนของปาก หรือส่วนจบของชิ้นงานจักสาน เป็นโครงสร้างส่วนสุดท้ายในการทำงานจักสานชิ้นนั้นๆ ซึ่งอาจใช้ตัวผนังมาพับเก็บเป็นขอบ หรือเก็บริมในตัวเอง หรือใช้วัสดุอื่น เช่นโครงไม้ ไม้ หวาย หรือแม้แต่ผ้าฝ้าย มาเสริมรัดขอบก็ทำได้ ซึ่งโครงสร้างส่วนนี้ทำหน้าที่เสมือนโครงหลังคาที่รัดหัวเสาเรือนเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้รูปทรงของเรือน หรืองานจักสานบังคับให้คงตัวอยู่ได้

ซึ่งการสานลายด้วยไม้ไผ่มีข้อจำกัดด้วยเรื่องความแข็งแรงภายในตัวของตอกไม้ไผ่เอง ในการสานแต่ละครั้ง ลายสานที่ตีนั้นจะต้องไม่เว้นระยะห่างกันเกิน 5 เส้นตอกเพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดช่องว่างระหว่างลาย ไม้ไผ่ไม่มีแรงยึด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีความแข็งแรง และลายหลุดออกจากกัน อีกทั้งการสานลายด้วยตอกไม้ไผ่นี้ ยังไม่สามารถสานในลักษณะ ยก1 ชม1 ได้ เนื่องจากความแข็งแรงของตอกไม้ไผ่ไม่สามารถขัดกันให้ชิด จนเป็นลายละเอียดขนาดนั้นได้ ซึ่งจะทำให้เกิดช่องว่าง แลดูไม่สวยงาม ดังนั้น

ลายสานที่ดีควรมีลักษณะ ยก2 ชม2 หรือ ยก1 ชม1 ในลักษณะของลายที่เฉียงกันขึ้นไปเท่านั้น และเมื่อเสร็จกระบวนการผลิตแล้ว ก่อนการจำหน่ายต้องมีการบรรจุภัณฑ์ (packaging) เพื่อการปกป้องสินค้า สร้างความสวยงาม และแสดงรายละเอียดของสินค้าตามเงื่อนไขของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และการคัดสรรค้ผลิตภัณฑ์ OTOP



ภาพที่ 4.12 แสดงกระบวนการผลิตหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่  
ที่มา : สัมภาษณ์ มะลิ จำรัส. 2561



ภาพที่ 4.13 แสดงภาพกระบวนการขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ

ดังที่ได้ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษานโยบายหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรีนั้น สามารถสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ของทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่มีการทำอยู่ทั้งหมด 9 ชนิดผลิตภัณฑ์ โดยมีกระเปาะไม้ไผ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงมาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการคิดค้นลายประดิษฐ์ขึ้นเองเพิ่มจากเดิม โดยยังคงใช้แรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว แล้วนำมาคลี่คลายจนเกิดเป็นลายสานที่สวยงาม ไม่สลับซับซ้อน ง่ายต่อการสาน แต่หัวใจหลักของการผลิต ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของทางศูนย์ฯให้ได้คุณภาพจนเป็นที่ยอมรับนี้คือ การใส่ใจและพิถีพิถันไปที่การเตรียมวัสดุต่างๆ ก่อนการสานผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากที่สุด ทั้งการจักตอก การย้อมสี หรือแม้แต่การเลือกไม้ไผ่ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความละเอียดปราณีต เพื่อให้ได้มาซึ่งเส้นตอกที่มีคุณภาพ แล้วจึงนำไป

สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป จึงถือได้ว่าควรนำมาเป็นแบบอย่างในการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันนี้ของกลุ่มชุมชนอื่นต่อไป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้นำเอาหลักการต่างๆของการเตรียมวัตถุดิบและการคิดประดิษฐ์ลายสาน ของทางศูนย์ฯ นำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในขั้นตอนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

จากผลของการตอบแบบสอบถามของกกลุ่มเป้าหมายที่ได้สอบถามไปแล้วตามวัตถุประสงค์ข้อที่1ในส่วนที่1และ2นั้น ซึ่งเป็นการสอบถามถึงเรื่องความต้องการด้านประเภทของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของลวดลายจักสาน สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่มีรูปแบบโบราณ แม้ส่วนใหญ่จะรู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แต่ก็ไม่นิยมนำมาใช้ แต่กลับมีความคิดเห็นที่ว่า หากมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์และลวดลายตามที่ตนต้องการแล้ว มีแนวโน้มว่าจะนำมาใช้บ่อย และอยากได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่แปรรูปเป็นกระเป๋า, รูปภาพประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ(ต่างหู)ตามลำดับ โดยกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะชอบลวดลายที่มีคุณลักษณะดังนี้ ลักษณะรูปร่างรูปทรงที่ชอบ คือ รูปทรงเรขาคณิต ลักษณะลวดลายที่ชอบ ขึ้นชอบลวดลายสร้างสรรค์ ลักษณะสีสันทที่ชอบ ชอบทั้งสีโทนร้อนและโทนเย็น







#### 4.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

##### ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

ผลการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากแบบสอบถาม ทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการมากที่สุด 3 อันดับได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า ,รูปภาพประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ(ต่างหู)ตามลำดับ โดยจะต้องมีรูปแบบที่ทันสมัย มีความแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการตามความนิยมในสังคมปัจจุบัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ศึกษารูปแบบองค์ประกอบของกระเป๋า,รูปภาพประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ(ต่างหู) จากสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวกับแฟชั่นและของตกแต่งบ้าน อีกทั้งจากการเดินสำรวจตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับเทรนกระเป๋า 2018-2019 เพื่อให้ได้รูปแบบของกระเป๋าตามความนิยมในปัจจุบันอย่างแท้จริง ดังตาราง

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มของกระเป๋าในปี 2018-2019 จากการศึกษาและสำรวจโดยอิงกับเทรนด์การออกแบบกระเป๋า (ที่มา : Fall/ Winter 2018-2019 Handbag Trends. 2562 และ Bags Dictionary : online)

ผลการวิเคราะห์รูปแบบกระเป๋าที่ได้รับความนิยมใช้ร่วมกับแนวโน้มของกระเป๋าแฟชั่นในปี 2018-2019 ที่มาจาก : <https://glowsly.com/fall-winter-2018-2019-handbag-trends>

รูปแบบที่นิยมใช้ในปัจจุบัน	แนวโน้มกระเป๋าแฟชั่น 2018-2019	
 <p>กระเป๋าทันที (Clutch Bag)</p>	 <p>กระเป๋าทรงถัง (Bucket Bag) กระเป๋าทันที (Clutch Bag)</p>	 <p>กระเป๋าคาดเอว (Belt Bag)</p>
 <p>กระเป๋าหูหิ้ว (Tote Bag)</p>	 <p>กระเป๋าขนาดเล็ก (Micro Bag)</p>	 <p>กระเป๋ากลม (Circle Bag)</p>
 <p>กระเป๋าสะพาย (Crossbody Bag)</p>	 <p>กระเป๋าพลาสติก (Translucent Bag)</p>	 <p>กระเป๋ากล่อง (Boxy Bag)</p>
 <p>กระเป๋าถือแฮนด์ (Top Handle)</p>		 <p>กระเป๋างานฝีมือ (Handmade)</p>

### ตารางที่ 4.19(ต่อ)

ผลการวิเคราะห์รูปแบบกระเป๋าที่ได้รับความนิยมใช้ร่วมกับแนวโน้มของกระเป๋าแฟชั่น ในปี 2018-2019 ที่มาจาก : <a href="https://glowsly.com/fall-winter-2018-2019-handbag-trends">https://glowsly.com/fall-winter-2018-2019-handbag-trends</a>	
รูปแบบกระเป๋า	มีลักษณะเป็นทรง แข็ง ทรงตัวได้ดี ไม่อ่อนนุ่มจนเกินไป ด้านของกระเป๋า ส่วนใหญ่นิยมกระเป๋ามีขนาดที่เล็กจนถึงขนาดปานกลาง ขนาดใหญ่และขนาดใหญ่มากมีอยู่น้อย
ด้านโทนสี	ในปีนี้มีทุกสีแต่ไม่สดมาก เนื่องจากเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของฤดูใบไม้ร่วง 2018 เข้าสู่ฤดูหนาวของต้นปีถัดไป 2019 และมีการใช้สีเบรคกันเองในตัว รวมไปถึงการผสมสี 2 สีเข้าด้วยกันเป็นลายตาราง ซึ่งในปี2019นี้ สีที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมได้แก่สีแดงกำมะหยี่(Tango Red), สีเหลือง(Freesia), สีส้มอมแดง/อมชมพู(Hot Coral), สีเขียว(Bristol Green), สีชมพู (Dusty Pink) และสีเทา (Smoke)
	
(ที่มา: TCDC:เจาะเทรนด์โลก 2019: NOW AGE: Manifesto and Action. 2562: 30-45)	
อุปกรณ์ตกแต่ง (อะไหล่)	นิยมใช้อะไหล่ตกแต่งที่มีความมันวาว สีทองและเงิน นิยมใช้ห่วง หมุด และโซ่ อีกทั้งยังมีการตกแต่งด้วยขนสัตว์เพิ่มเข้ามาอีกด้วย
วัสดุที่ใช้ในการผลิตกระเป๋า	มีทั้งหนังแท้เช่น หนังจระเข้ หนังวัว รวมถึงหนังสังเคราะห์ด้วย พลาสติก ไสและอะคริลิกอีกทั้งลูกบิดและงานฝีมือต่างๆ นอกจากนี้ยังเน้นกระเป๋าที่มีรายละเอียดชัดเจน แสดงให้เห็นขั้นตอนการผลิตที่ประณีตด้วยช่างฝีมือ

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สกัดภาพร่างรูปทรงกระเป๋าและคัดออกมาเพียง 5 ภาพ เพื่อจะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกรูปทรงกระเป๋าที่เหมาะสมที่สุด ที่จะนำลายสานเข้ามาประยุกต์ใช้ต่อไป



ภาพที่ 4.14 ภาพร่างรูปทรงของกระเป๋าที่ได้ทำการออกแบบ



ภาพที่ 4.15 ภาพร่างกระเป๋าที่ได้คัดเลือกมาแล้ว

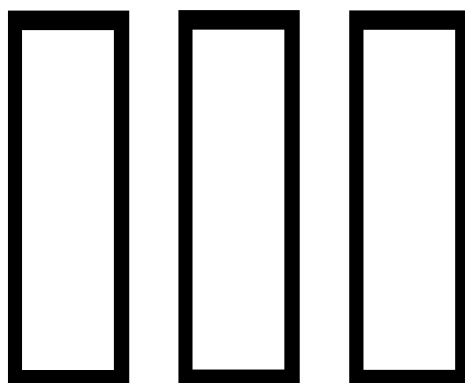
#### ผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพระดับตกแต่ง

ผลการวิเคราะห์รูปร่างลักษณะของรูปภาพระดับตกแต่ง พบว่าลักษณะรูปทรงของรูปภาพระดับตกแต่งที่เป็นที่นิยม สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะด้วยกันคือ สีเหลี่ยมผืนผ้า, สีเหลี่ยมจัตุรัส และสีเหลี่ยมพาโนรามา



ภาพที่ 4.16 แสดงลักษณะการตกแต่งผนังด้วยรูปภาพ

โดยผู้วิจัยได้เลือกลักษณะสีเหลี่ยมผืนผ้า นำมาตั้งขึ้นในแนวตั้ง โดยเลือกใช้ขนาด 50x15 เซนติเมตร มีขอบหนา 2 เซนติเมตร เพื่อใช้เป็นกรอบที่จะนำลายสานมาใส่ไว้ภายใน จำนวน 3 ภาพ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญว่าสมควรจะทำเป็นรูปภาพเซทมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบในครั้งนี้



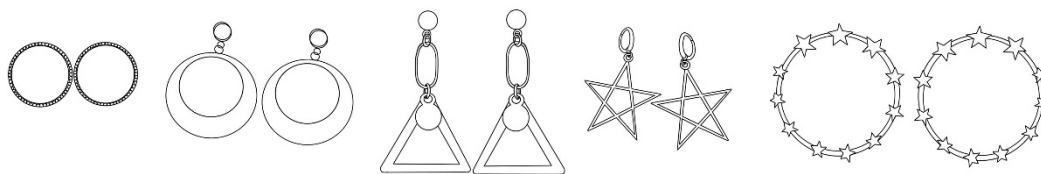
ภาพที่ 4.17 แสดงลักษณะแบบร่างของกรอบรูปภาพลายสานเพื่อประดับตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (ต่างหู)

จากการศึกษาและสำรวจ พบว่า ต่างหูในปัจจุบันเป็นที่นิยมใส่กันทั้งชายและหญิง เป็นเครื่องประดับที่แสดงออกถึงความงาม เพราะการเลือกซื้อเลือกใช้เครื่องประดับนั้น เกิดจากรูปแบบที่สวยงามถูกใจ และดูเหมาะสมกับผู้ใส่ รูปแบบและรูปทรงที่เป็นที่นิยมของต่างหูนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงลักษณะและประเภทของเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน

รูปลักษณะ	ชื่อประเภท
 <p>ที่มา: <a href="https://www.etsy.com/listing/99979751/similar?ref=error_page_redirect">https://www.etsy.com/listing/99979751/similar?ref=error_page_redirect</a></p>	1. Studs หรือ ต่างหูเม็ดเดี่ยว มีลักษณะเป็นตุ้มเดี่ยวเดี่ยวๆขนาดจะแตกต่างกันไปตามดีไซน์
 <p>ที่มา: <a href="https://www.katespade.com/accessories/jewelry/earrings/">https://www.katespade.com/accessories/jewelry/earrings/</a></p>	2.Cluster earrings หรือ ต่างหูกระจุก (ต่างหูแป้น) เป็นการเรียงกันตัวใหญ่ขึ้น
 <p>ที่มา: <a href="https://www.shopbop.com/twisted-snake-hoop-earrings-bop">https://www.shopbop.com/twisted-snake-hoop-earrings-bop</a></p>	3.Hoop earrings หรือ ต่างหูห่วง มีทั้งแบบห่วงกว้าง เป็นห่วงทรงสี่เหลี่ยม ห่วงวงรี และห่วงขนาดเล็ก
	4. Hanging earrings หรือ ต่างหูตุ้ดตุ้ด (ต่างหูระย้า) สามารถแบ่งได้ตามรูปทรง
 <p>ที่มา: <a href="http://singoli.en.alibaba.com/productgroup/219882679-4/">http://singoli.en.alibaba.com/productgroup/219882679-4/</a></p>	4.1 ทรงหยดน้ำ
 <p>ที่มา: <a href="http://www.shein.com/Multi-Gemstone-Gold-Crystal-Chain-Earrings">http://www.shein.com/Multi-Gemstone-Gold-Crystal-Chain-Earrings</a></p>	4.2 ทรงระย้าแบบทรงสามเหลี่ยม(มุมแหลมชี้ขึ้น)
 <p>ที่มา: <a href="http://vivaluxury.blogspot.com/">http://vivaluxury.blogspot.com/</a></p>	4.3 ต่างหูระย้าแขนเคอเลีย

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สกัดภาพร่างรูปทรงของเครื่องประดับต่างหูออกมา 5 ภาพเพื่อนำไปปรับใช้ต่อไป



ภาพที่ 4.18 แสดงภาพร่างตุ้มหู

#### 4.3.2 แนวความคิดและหลักในการออกแบบลวดลาย

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในงานวิจัยนี้ มุ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นแนวความคิดในการออกแบบจึงต้องสอดคล้องกับความต้องการและปัจจัยทางด้านการตลาดเหล่านั้นเป็นสำคัญ ซึ่งผลจากการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อนำมาตีความพบว่าสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการคือผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย สวยงามน่าใช้ และเมื่อพิจารณาต่อมา พบว่า ทักษะคติต่อลวดลายจักสานที่มีในปัจจุบัน คือ ไม่ทันสมัย(โบราณ) โดยมีความคาดหวังที่จะเห็น ความแปลกใหม่ที่ทันสมัยของลวดลายจักสานที่จะออกแบบขึ้นใหม่

จึงสามารถสรุปแนวคิดในการออกแบบได้ว่า จะต้องออกแบบลวดลายใหม่ให้มีลักษณะเฉพาะตัว โดยเลือกใช้สิ่งแวดล้อมรอบตัวมาทำการลดทอนรูปร่างให้ออกมาเป็นรูปทรงเรขาคณิต ออกมาเป็นลายสานที่มีลักษณะเป็นลวดลายกราฟิก มีลักษณะรูปแบบลายแบบนามธรรม มีรายละเอียดของลวดลายในลักษณะการทำซ้ำ (Repeats) เกี่ยวโยงต่อเนื่องกันไป มีความแปลกใหม่และแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งจะอิงหลักการออกแบบลวดลายของ (สิทธิศักดิ์ ธีธศรีสวัสดิ์กุล. 2549 : 136) ประกอบด้วย ความสวยงาม, สี, การจัดวางลวดลาย, ความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ใช้สอย เพื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน และผสมผสานกับการใช้แนวคิดที่สืบเนื่องจากธรรมชาติ ของ (สินีนารถ เลิศไพโรวัน. 2544: 22-38) และการจัดองค์ประกอบงานกราฟิก ของ ปิยะบุตร สุทธิดาราม และอนัน วาโษะ (2553) มาประยุกต์ใช้ในออกแบบและการจัดวางลวดลายของผลิตภัณฑ์ต่อไป




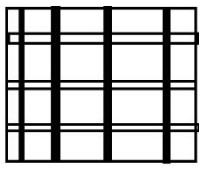
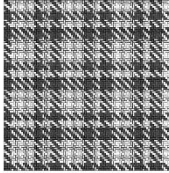


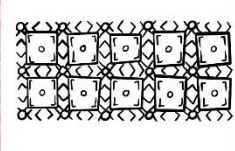
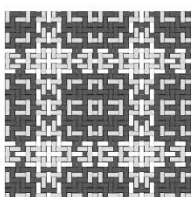


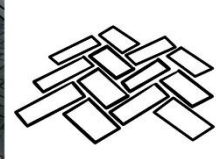
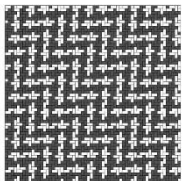

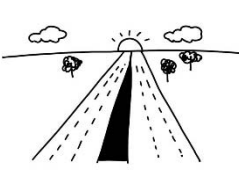
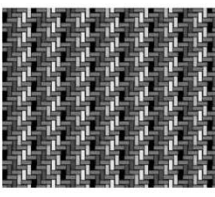



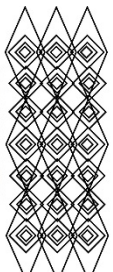

#### 4.3.3 การออกแบบร่าง

##### การวิเคราะห์และการออกแบบลายไม้ไผ่จักสาน

การออกแบบลายสาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดในการออกแบบลายสานไม้ไผ่จากสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นวิธีการออกแบบลวดลายสานเดียวกันกับศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี มาทำการลดทอนรูปร่างให้ออกมาเป็นรูปทรงเรขาคณิต ออกมาเป็นลายสานที่มีลักษณะเป็นลวดลายกราฟิก มีลักษณะรูปแบบลายแบบนามธรรม มีรายละเอียดของลวดลายในลักษณะการทำซ้ำเกี่ยวข้องต่อเนื่องกันไป มีความแปลกใหม่และแตกต่างไปจากเดิม และทำการเพิ่มแนวคิดที่ได้จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่ว่า ลวดลายสานนั้นควรจะเป็น ลายสานที่สานง่าย มีความแน่นหนาและแข็งแรง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับหลายประเภทผลิตภัณฑ์

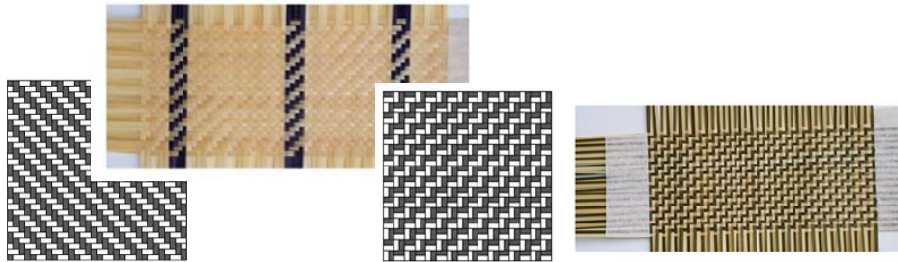
โดยเริ่มแรกผู้วิจัยได้ทำการคิดวิเคราะห์และถอดแบบสิ่งแวดล้อมรอบตัว ออกมาเป็นลายสาน จากนั้น สเก็ตภาพร่าง และใช้แอปพลิเคชันผ้าไทย (Pha Thai) ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย นำมาช่วยในการออกแบบลายสาน แล้วจึงลงสานขึ้นต้นแบบ เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป นอกจากนี้ในด้านวัสดุที่เลือกใช้ ผู้วิจัยเลือกใช้ตอกไม้ไผ่จากศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากเมื่อได้ศึกษาความเป็นไปและการทำงานของ

ศูนย์ฯนี้แล้ว พบว่าการผลิตวัตถุดิบเพื่อการสานผลิตภัณฑ์นั้น ทางศูนย์พิถีพิถัน ใส่ใจและควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน จึงเหมาะสมกับการนำมาใช้เป็นวัสดุหลักในการสาน ซึ่งเป็นหัวใจหลักของผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยได้ทำการออกแบบลายสานไม่ใผ่ดังนี้

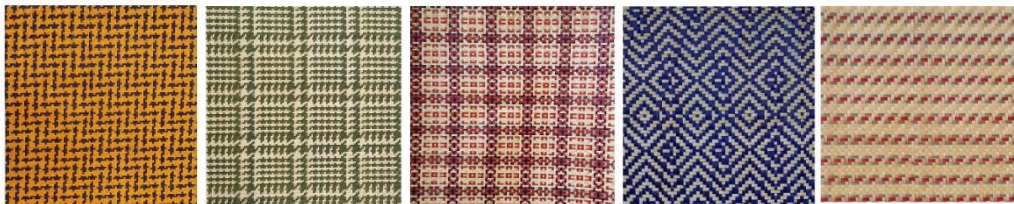
ลักษณะทางธรรมชาติ	ภาพสเก็ตการถอดแบบ	นำไปเข้าโปรแกรมผ้าไทย
<p>1. ลายทุ่งนา</p>     		
<p>2. ลายประตูจีน</p>    		
<p>3. ลายบล็อก</p>    		
<p>4. ลายถนน</p>   		
<p>5. ลายรั้ว</p>     		

ในการออกแบบลายสาน ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของ ลวดลายสาน ควรเป็นลวดลายที่สานง่าย ไม่สลับซับซ้อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำลายแม่บทที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป(ลายขัด ลายสอง และลายสาม) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลายประดิษฐ์ในครั้งนี้ และในการลดทอน และการทำซ้ำ หรือเพียงแค่การเรียงเส้นสีของตอกสลับกันในบางลาย ก็สามารถทำให้เกิดลวดลาย

กราฟฟิคชิ้นใหม่ได้อีกหลากหลาย ดังเช่นลายชั้นบันได ที่เกิดจากการนำเส้นตอกเรียงสลับสีกันทั้งสองด้าน แล้วทำการสานด้วยลายสอง จึงทำให้เป็นลายนี้ขึ้น



ภาพที่ 4.19 แสดงการถอดแบบโครงสร้างรูปทรง



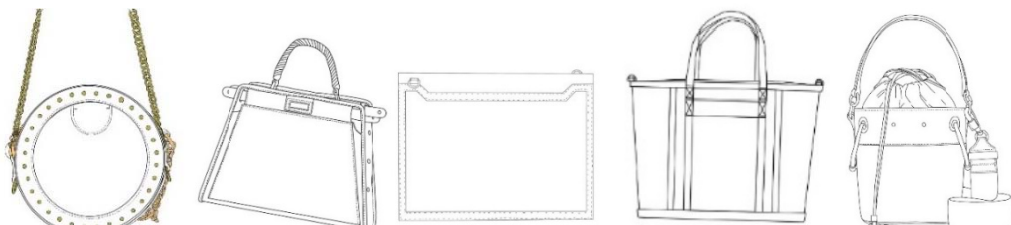
ภาพที่ 4.20 แสดงลวดลายสานต้นแบบ

#### 4.3.4 การคัดเลือกแบบ

ผู้วิจัยนำแบบร่างที่ได้ออกแบบแล้วทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์และลวดลายจักสาน เพื่อนำไปคัดเลือกแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบในงานวิจัยครั้งนี้ โดยทำการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการศึกษาที่ได้แสดงดังตารางต่อไปนี้

##### 4.3.4.1 ผลการประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ

จากแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่ได้ทำการออกแบบไปแล้วจำนวน 5 แบบนั้น นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการเลือกแบบร่างรูปทรงที่มีความเห็นว่ามีเหมาะสมแก่การนำไปใช้ 3 อันดับ โดยเรียงลำดับตามความเหมาะสม ผลที่ได้จากการประเมินมีดังนี้



ภาพที่ 4.21 แบบร่างรูปทรงกระเป๋าแบบที่ 1-5

ซึ่งการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีช่วงค่าเฉลี่ยและระดับความเหมาะสมดังต่อไปนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

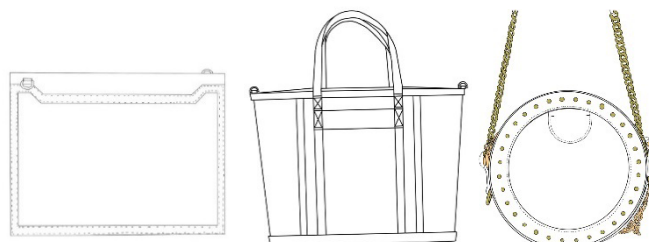
1.00 – 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.21 ผลการประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

ผลการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ N=3										
รายการประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋า	กระเป๋ากลม		กระเป๋าคล้องแขน		กระเป๋าหนีบ		กระเป๋าหิ้ว		กระเป๋าทรงถัง	
	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$
1. ความสวยงาม น่าใช้	4.00	0.00	3.67	0.58	4.67	0.58	4.00	0.00	4.00	0.00
2. ความแปลกใหม่ ทันสมัย	5.00	0.00	3.67	0.58	4.00	0.00	3.67	0.58	4.00	1.00
3. ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	3.67	0.58	4.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	2.67	0.58
4. ความเหมาะสมของการนำลายสีมาใส่	4.67	0.58	3.33	0.58	5.00	0.00	5.00	0.00	3.00	0.00
รวม	4.33	0.29	3.67	0.43	4.67	0.14	4.42	0.14	3.42	0.39
ระดับความเหมาะสมรวม	เหมาะสมมาก		เหมาะสมมาก		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก		เหมาะสมปานกลาง	

จากตารางที่ 4.21 การประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า แบบร่างกระเป๋าหนีบ มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.67$ ) ( $\sigma=0.14$ ) อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาในระดับเหมาะสมมาก ได้แก่ แบบร่างกระเป๋าทรงกลม มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.33$ ) ( $\sigma=0.29$ ) แบบร่างกระเป๋าหิ้ว มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.42$ ) ( $\sigma=0.14$ ) แบบร่างกระเป๋าคล้องแขนมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=3.67$ ) ( $\sigma=0.43$ ) ตามลำดับ และแบบร่างกระเป๋าทรงถังที่ 5 มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=3.42$ ) ( $\sigma=0.39$ ) อยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง

ดังนั้นจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จะเห็นได้ว่าแบบร่างผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าที่มีความเหมาะสม 3 อันดับได้แก่แบบร่างกระเป๋าหนีบ แบบร่างกระเป๋าทรงหิ้วและ แบบร่างกระเป๋าทรง ตามลำดับ



ภาพที่ 4.22 แสดงแบบร่างรูปทรงกระเป๋า 3 ทรงตามลำดับความเหมาะสม

#### 4.3.4.2 ผลการประเมินแบบลายสานไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับการนำไปทำเป็นกระเป๋าของผู้เชี่ยวชาญ

จากการออกแบบลวดลายไม้ไผ่สานจากแนวคิดสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยต้องมีความแปลกใหม่และทันสมัยจำนวน 5 ลาย ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการเลือกแบบลายสานที่มีความคิดเห็นว่าเป็นลวดลายที่เหมาะสมแก่การนำไปใช้กับแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่ทำมาแล้ว 3 แบบแล้วข้างต้น ออกมา 3 อันดับตามลำดับความเหมาะสม ผลที่ได้จากการประเมินมีดังนี้



ภาพที่ 4.23 ลายไม้ไผ่สาน 5 แบบที่ได้ทำการออกแบบ

โดยนำแบบร่างรูปทรงกระเป๋าทั้ง 3 รูปทรงที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกไว้เข้ากับลวดลายที่ได้ออกแบบเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกความเหมาะสมของลวดลายที่มีต่อรูปทรงกระเป๋าโดยเรียงลำดับลวดลายที่เหมาะสมกับรูปทรงกระเป๋าดังลำดับ



ภาพที่ 4.24 แสดงรูปทรงกระเป๋าและลวดลายที่ออกแบบเพื่อประเมินลวดลายที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ตารางที่ 4.22 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

รายการประเมินลวดลายไม้ไผ่สาน	ผลการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ N=3									
	ลายทุ่งนา		ลายประตูจีน		ลายบล็อก		ลายรั้ว		ลายถนน	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ
1. ลายสานมีความสวยงาม มีจุดเด่น	4.67	0.58	4.67	0.58	4.33	0.58	5.00	0.00	4.33	0.58
2. ลายสานมีความแปลกใหม่ ทันสมัย	5.00	0.00	4.00	0.00	5.00	0.00	4.33	0.58	4.00	0.00
3. ลายสานมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	5.00	0.00	4.33	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
4. ลายสานสามารถสร้างมูลค่า(ราคา)ให้ผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.58
<b>รวม</b>	<b>4.92</b>	<b>0.14</b>	<b>4.67</b>	<b>0.14</b>	<b>4.67</b>	<b>0.29</b>	<b>4.50</b>	<b>0.29</b>	<b>4.17</b>	<b>0.43</b>
<b>ระดับความเหมาะสมรวม</b>	เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก	

จากตารางที่ 4.22 การประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ลวดลายไม้ไผ่สานลายทุ่งนา มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.92$ ) ( $\sigma=0.14$ ) อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด โดยที่ลายประตูจีน มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.67$ ) ( $\sigma=0.14$ ) และลายบล็อก มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.67$ ) ( $\sigma=0.29$ ) และลายรั้ว มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.50$ ) ( $\sigma=0.29$ ) ตามลำดับ และในระดับเหมาะสมมาก ได้แก่ แบบลายถนน มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.17$ ) ( $\sigma=0.43$ )

ดังนั้น ลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่จะนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้น จึงเป็นลวดลายไม้ไผ่สานลายทุ่งนา ตามความเหมาะสมในระดับที่มากที่สุด จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

**4.3.4.3 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์รูปภาพเพื่อประดับตกแต่ง**

จากการออกแบบลวดลายไม้ไผ่สานจากแนวคิดสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยต้องมีความสวยงาม และทันสมัยจำนวน 5 ลาย ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการเลือกแบบลายสานที่คิดว่าเหมาะสมแก่การนำไปใช้ในการทำผลิตภัณฑ์กรอบรูปเพื่อการประดับตกแต่ง



ภาพที่ 4.25 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์รูปภาพเพื่อการประดับตกแต่งและลวดลายที่ออกแบบเพื่อประเมินลวดลายที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.23 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์รูปภาพ เพื่อระดับตกแต่งของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

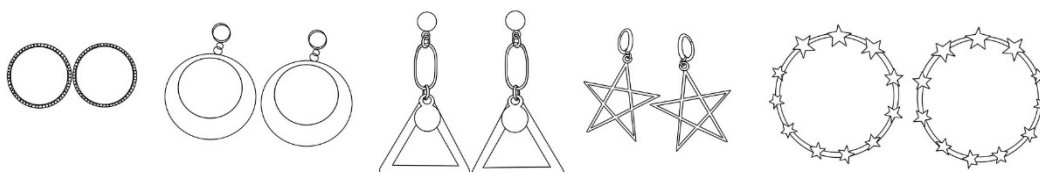
ผลการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ N=3										
รายการประเมินลวดลายไม้ไผ่สาน	ลายทุ่งนา		ลายประตูจีน		ลายบล็อก		ลายริ้ว		ลายถนน	
	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$
1. ลายสานมีความสวยงาม มีจุดเด่น	4.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.58	5.00	0.00	4.33	0.58
2. ลายสานมีความแปลกใหม่ ทันสมัย	5.00	0.00	4.00	0.00	5.00	0.00	4.33	0.58	4.00	0.00
3. ลายสานมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.67	0.58	4.67	0.58	4.00	0.00	5.00	0.00	3.67	0.58
4. ลายสานสามารถสร้างมูลค่า(ราคา)ให้ผลิตภัณฑ์	4.33	0.58	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	4.33	0.58
รวม	4.25	0.29	4.67	0.14	4.67	0.14	4.83	0.14	4.08	0.43
ระดับความเหมาะสมรวม	เหมาะสมมาก		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก	

จากตารางที่ 4.23 การประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์รูปภาพเพื่อระดับตกแต่ง พบว่า ลวดลายไม้ไผ่สานลายริ้ว มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.83$ ) ( $\sigma=0.14$ ) อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด โดยที่มีลายบล็อก และลายประตูจีนที่มีคะแนนความเหมาะสมที่เท่ากันอยู่ที่ ( $\mu=4.67$ ) ( $\sigma=0.14$ ) อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุดเท่ากัน ส่วนลายทุ่งนา และ ลายถนน มีคะแนนความเหมาะสมระดับมาก โดยมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.25$ ) ( $\sigma=0.29$ ) และ ( $\mu =4.08$ ) ( $\sigma=0.43$ ) ตามลำดับ

และจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ว่ารูปภาพระดับตกแต่งนั้น ควรจะให้ออกมาในรูปแบบคอลเลคชั่น โดยอาจมีหลายสี และสามารถนำมาติดเรียงต่อกันจนเป็นรูปใหญ่ได้นั้น ในขั้นต่อไปผู้วิจัยจึงจะนำลายริ้วที่ได้รับคะแนนความเหมาะสมมากที่สุด จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ไปผลิตเป็นคอลเลคชั่นลายริ้วหลายสีจำนวน 3 ชิ้นงาน เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป

4.3.4.4 ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)

จากแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่ได้ทำการออกแบบไปแล้วจำนวน 5 แบบ นั้น นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการเลือกแบบร่างรูปทรงที่มีความเห็นว่ามีเหมาะสมแก่การนำไปใช้ ผลที่ได้จากการประเมินมีดังนี้



ภาพที่ 4.26 แสดงแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่ได้ทำการออกแบบ

ตารางที่ 4.24 ผลการประเมินแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)ที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน

รายการประเมินแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ(ต่างหู)	ผลการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ N=3									
	ต่างหูเม็ดเดี่ยว		ต่างหูหมุดกลม		ต่างหูห้วงดาว		ต่างหูสามเหลี่ยม		ต่างหูวง	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ
1. ความสวยงาม	4.67	0.58	5.00	0.00	4.33	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58
2. ความแปลกใหม่ ทันสมัย	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00	5.00	0.00	4.00	0.00
3. ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	5.00	0.00	5.00	0.00	4.00	0.00	3.33	0.58	4.00	0.00
4. ความเหมาะสมของการนำลายสานมาใส่	5.00	0.00	5.00	0.00	3.67	0.58	2.67	0.58	3.67	0.58
รวม	4.67	0.14	4.75	0.00	4.00	0.29	3.75	0.29	4.00	0.29
ระดับความเหมาะสมรวม	เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก		เหมาะสมมาก		เหมาะสมมาก	

จากตารางที่ 4.24 การประเมินแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ (ต่างหู) ที่เหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่ารูปแบบต่างหูหมุดกลมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.75$ ) ( $\sigma=0.00$ ) รองลงมาที่ระดับความเหมาะสมมาได้แก่ต่างหูเม็ดเดี่ยว มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.67$ ) ( $\sigma=0.14$ ) ส่วนต่างหูห้วงดาวและต่างหูวงมีคะแนนรวมเท่ากันอยู่ที่ ( $\mu=4.00$ ) ( $\sigma=0.29$ ) และสุดท้ายคือรูปทรงสามเหลี่ยม มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=3.75$ ) ( $\sigma=0.29$ ) ตามลำดับ

4.3.4.5 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (ต่างหู)

จากการออกแบบลวดลายไม้ไผ่สานจากแนวคิดสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยต้องมีความสวยงาม และทันสมัยจำนวน 5 ลาย ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการเลือกแบบลายสานที่คิดว่าเหมาะสมแก่การนำไปใช้ในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (ต่างหู) โดยนำแบบร่างรูปทรงต่างหูทั้ง 3 รูปทรงที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกไว้เข้ากับลวดลายที่ได้ออกแบบเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกความเหมาะสมของลวดลายที่มีต่อรูปทรงต่างหูโดยเรียงลำดับลวดลายที่เหมาะสมตามลำดับ



ภาพที่ 4.27 แสดงรูปทรงต่างหูและลวดลายที่ออกแบบเพื่อประเมินลวดลายที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ(ต่างหู)

ตารางที่ 4.25 ผลการประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ(ต่างหู) ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

ผลการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ N=3										
รายการประเมินลวดลายไม้ไผ่สาน	ลายทุ่งนา		ลายประตูจีน		ลายบล็อก		ลายรั้ว		ลายถนน	
	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$	$\mu$	$\sigma$
1. ลายสานมีความสวยงาม มีจุดเด่น	4.67	0.58	4.67	0.58	4.00	0.00	5.00	0.00	4.33	0.58
2. ลายสานมีความแปลกใหม่ ทันสมัย	5.00	0.00	4.33	0.58	4.67	0.58	4.33	0.58	5.00	0.00
3. ลายสานมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	3.00	0.00	4.67	0.58	3.00	0.00	5.00	0.00
4. ลายสานสามารถสร้างมูลค่า(ราคาให้ผลิตภัณฑ์)	4.67	0.58	4.00	0.00	4.67	0.58	4.33	0.58	5.00	0.00
<b>รวม</b>	<b>4.58</b>	<b>0.29</b>	<b>4.00</b>	<b>0.29</b>	<b>4.50</b>	<b>0.43</b>	<b>4.17</b>	<b>0.29</b>	<b>4.83</b>	<b>0.14</b>
<b>ระดับความเหมาะสมรวม</b>	เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก		เหมาะสมมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.25 การประเมินลวดลายไม้ไผ่สานที่เหมาะสมในการนำไปทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (ต่างหู) ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านพบว่าลายถนนอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.83$ ) ( $\sigma=0.14$ ) รองลงมาได้แก่ ลายทุ่งนามีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.58$ ) ( $\sigma=0.29$ ) ลายบล็อกมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.50$ ) ( $\sigma=0.43$ ) และลายที่มีความเหมาะสมมากที่สุดได้แก่ ลายรั้วมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.17$ ) ( $\sigma=0.29$ ) และลายประตูจีนมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.00$ ) ( $\sigma=0.29$ ) ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

ผลจากการตอบแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ตามประเด็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัยออกมาเป็น 3 ชนิดผลิตภัณฑ์ โดยทำการประเมินผลิตภัณฑ์ละ 50 คน เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงก์ค็อก 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้น โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.26 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	8	16
หญิง	42	84
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>2. อายุ</b>		
20 – 30 ปี	2	4
31 – 40 ปี	28	56
41 – 50 ปี	18	36
51 ปีขึ้นไป	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	12	24
สมรส / อยู่ด้วยกัน	36	72
หย่าร้าง	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>4. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	4
ปริญญาตรี	26	52
ปริญญาโท	18	36
ปริญญาเอก	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>5. อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	2	4
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	6	12
พนักงานบริษัทเอกชน	28	56
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	12	24
อื่นๆ	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	0	0
20,001-40,000 บาท	8	16
40,001-60,000 บาท	22	44
60,001-80,000 บาท	16	32
สูงกว่า 80,001 ขึ้นไป	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 84 และตามด้วยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16 ซึ่งส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ที่ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 ถัดไปเป็นช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 4 และสุดท้ายเป็นช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4 เท่ากัน มีสถานภาพสมรส หรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 24 และสุดท้ายสถานภาพ หม้าย หรือหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 4 มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 36 ถัดไปเป็นระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 8 และสุดท้ายเป็นระดับต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 4 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาเป็นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 24 ถัดไปเป็นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12 ถัดไปเป็นกลุ่มอื่นๆ(แม่บ้าน,เกษียณอายุและว่างงาน) คิดเป็นร้อยละ 4 และสุดท้ายเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 ถัดไปเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 ถัดไปเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8 และสุดท้ายเป็นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0

## ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง3ประเภทที่ผ่านการศึกษาและพัฒนาตามประเด็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ในการประเมินความพึงพอใจในครั้งนี้ จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง3ชนิด ชนิดละ3แบบ เพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวน50คน ทั้งหมด3ชนิดผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการคำนวณคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีระดับความเหมาะสมและการแปลความหมายของคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยที่สุด

และการแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนระดับความเหมาะสมแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้




- ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง เหมาะสมมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง เหมาะสมน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.10 - 1.49 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.27 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

รายการประเมิน ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า	n=50					
	กระเป๋า รูปแบบที่ 1		กระเป๋า รูปแบบที่ 2		กระเป๋า รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลวดลายสวยงาม น่าใช้	4.47	0.62	4.31	0.70	4.59	0.51
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จาก ผลิตภัณฑ์จักสานที่มีอยู่เดิม	4.47	0.51	4.50	0.52	4.47	0.51
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน	4.47	0.62	3.94	0.68	4.29	0.59
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึง ความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจักสาน ได้เป็นอย่างดี	4.59	0.51	4.50	0.52	4.59	0.51
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความ เหมาะสม	4.41	0.62	4.31	0.60	4.47	0.51
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต	4.35	0.49	4.25	0.58	4.35	0.49
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	4.53	0.62	4.38	0.72	4.53	0.62
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้ สามารถใช้เป็น แนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน	4.76	0.44	4.75	0.45	4.76	0.44
<b>รวม</b>	<b>4.51</b>	<b>0.08</b>	<b>4.37</b>	<b>0.10</b>	<b>4.51</b>	<b>0.06</b>
<b>ระดับความเหมาะสม</b>	เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.27 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าพบว่า กระเป๋าในรูปแบบที่1และกระเป๋าในรูปแบบที่3 มีคะแนนรวมอยู่ที่เท่ากัน ( $\bar{X} = 4.45$ , S.D.= 0.09) อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด โดยมีกระเป๋าในรูปแบบที่2 อยู่ในระดับความเหมาะสมมากมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.37$ , S.D.= 0.10)

ตารางที่ 4.28 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพ  
ระดับตึกแต่ง

รายการประเมิน ผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพระดับตึกแต่ง	n=50					
	รูปภาพที่ 1		รูปภาพที่ 2		รูปภาพที่ 3	
				$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลวดลายสวยงาม น่าใช้	4.78	0.43	4.80	0.41	4.67	0.65
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จาก ผลิตภัณฑ์จักสานที่มีอยู่เดิม	4.50	0.62	4.60	0.50	4.25	0.75
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน	4.28	0.57	4.40	0.50	4.50	0.52
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึง ความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจักสาน ได้เป็นอย่างดี	4.56	0.86	5.00	0.00	4.42	1.08
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความ เหมาะสม	4.50	0.62	4.60	0.50	4.25	0.75
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต	4.22	0.55	4.30	0.47	4.00	0.85
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	4.61	0.70	4.80	0.41	4.33	0.89
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้ สามารถใช้เป็น แนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน	4.83	0.38	4.80	0.41	4.50	0.80
<b>รวม</b>	4.53	0.06	4.66	0.17	4.36	0.17
<b>ระดับความเหมาะสม</b>	เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.28 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพระดับตึกแต่งพบว่า รูปภาพที่ 2 อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$  =4.66,S.D.=0.17) รองลงมาได้แก่ รูปภาพที่ 1 อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุดเช่นกัน มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$  =4.53,S.D.=0.06) และรูปภาพที่ 3 อยู่ในระดับความเหมาะสมมากมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$  =4.36,S.D.=0.17)

ตารางที่ 4.29 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ(ต่างหู)

รายการประเมิน ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ(ต่างหู)	n=50					
	ต่างหู เม็ดเดี่ยว		ต่างหูหมุด วงกลม		ต่างหู ห้วงดาว	
				$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและลวดลายสวยงามน่าใช้	4.81	0.40	4.78	0.43	4.67	0.65
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์จักสานที่มีอยู่เดิม	4.44	0.63	4.56	0.51	4.25	0.75
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน	4.19	0.66	4.39	0.50	4.50	0.52
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจักสานได้เป็นอย่างดี	4.38	0.96	4.78	0.43	4.42	1.08
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความเหมาะสม	4.06	0.85	4.61	0.50	4.25	0.75
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต	4.00	0.63	4.06	0.64	4.00	0.85
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	4.69	0.60	4.78	0.43	4.33	0.89
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน	4.69	0.48	4.67	0.49	4.50	0.80
<b>รวม</b>	4.41	0.18	4.58	0.07	4.36	0.17
<b>ระดับความเหมาะสม</b>	เหมาะสมมาก		เหมาะสมมากที่สุด		เหมาะสมมาก	

จากตารางที่ 4.29 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ(ต่างหู)พบว่า ต่างหูหมุดวงกลมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$  =4.58,S.D.=0.07) ส่วนต่างหูเม็ดเดี่ยวและต่างหูห้วงดาว อยู่ในระดับความเหมาะสมมากมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$  =4.41,S.D.=0.18) และ ( $\bar{X}$  =4.36,S.D.=0.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทที่  
ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

รายการประเมิน ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท	n=50							
	กระเป๋าน้ำใบ		กระเป๋ากลม		รูปภาพ		ต่างหูหมุดกลม	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลวดลายสวยงาม น่าใช้	4.47	0.62	4.59	0.51	4.80	0.41	4.78	0.43
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์จักสานที่มีอยู่เดิม	4.47	0.51	4.47	0.51	4.60	0.50	4.56	0.51
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน	4.47	0.62	4.29	0.59	4.40	0.50	4.39	0.50
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจักสานได้เป็นอย่างดี	4.59	0.51	4.59	0.51	5.00	0.00	4.78	0.43
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความเหมาะสม	4.41	0.62	4.47	0.51	4.60	0.50	4.61	0.50
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต	4.35	0.49	4.35	0.49	4.30	0.47	4.06	0.64
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	4.53	0.62	4.53	0.62	4.80	0.41	4.78	0.43
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน	4.76	0.44	4.76	0.44	4.80	0.41	4.67	0.49
<b>รวม</b>	<b>4.51</b>	<b>0.08</b>	<b>4.51</b>	<b>0.06</b>	<b>4.66</b>	<b>0.17</b>	<b>4.58</b>	<b>0.07</b>
<b>ระดับความเหมาะสม</b>	<b>เหมาะสมมากที่สุด</b>							

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทที่ผ่านการศึกษาและพัฒนาตามประเด็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัย พบว่าทั้ง 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ได้คะแนนความพึงพอใจในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด โดยจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าน้ำใบได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนเท่ากับทั้ง 2 รูปทรงได้แก่กระเป๋าน้ำใบและกระเป๋ากลม โดยมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.51, S.D. = 0.08$ ) และ ( $\bar{X} = 4.51, S.D. = 0.06$ ) ตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์รูปภาพติดผนังลายรั้วมีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.66, S.D. = 0.17$ ) และผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ(ต่างหูหมุดทรงกลม) มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{X} = 4.58, S.D. = 0.07$ )



ภาพที่ 4.28 แสดงภาพร่างของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด

#### 4.4.1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของงานวิจัยในครั้งนี้ นอกจากกลุ่มบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ที่เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าภายในงานบ้านและสวนและสโตร์แบ่งคอกแล้วนั้น จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายแล้วนั้นยังพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยที่ 31-40 ปี สถานภาพมีคู่ครอง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระ โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 40,000-60,000บาทต่อเดือน การเลือกซื้อสินค้าจะพิจารณาตามความชอบและความเหมาะสมของคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ไม่ตามแฟชั่น ไม่ชอบใช้สินค้าซ้ำแบบใคร และยินดีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อมีความรู้สึกถูกใจโดยไม่คำนึงถึงราคา ดังนั้นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์จึงคำนึงถึง ความเป็นเอกลักษณ์ของลวดลายการสาน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งตัว KAMARA มีความโดดเด่นด้านความเป็นเอกลักษณ์(ความแปลกใหม่ของลวดลายการสาน)

**ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด** KAMARA ใส่ใจทั้งด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วยราคาที่คุ้มค่า หาชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย อาทิเช่น Social Network หรือเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้าของตัว KAMARA เอง และทางเว็บไซต์ของการฝากขายที่กำลังเป็นที่นิยม

#### กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

KAMARA เลือกใช้กลยุทธ์แบบ Focused Differentiation Strategy โดยมุ่งเน้นสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีจำนวนจำกัดในแต่ละครั้ง และให้ความใส่ใจในการผลิตผลิตภัณฑ์แบบสั่งทำขึ้นเฉพาะ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

#### เป้าหมายด้านการตลาด

##### ระยะสั้น 1 ปี

1. เน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างให้เกิดการรู้จักตัวผลิตภัณฑ์ และเกิดการรับรู้และตระหนักถึงตราสินค้า (Brand Awareness) แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. การตั้งยอดขายในปีแรกให้ได้ไม่ต่ำกว่า 1,000 ชิ้นงานผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้รับการคืนทุนภายในปีแรก
3. สร้างความประทับใจในสินค้าและบริการแก่ลูกค้า และกระตุ้นให้เกิด Trial Brand Acceptability เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ

##### ระยะยาว 2-5 ปี

4. ผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกๆปี โดยมีอัตราเติบโตไม่ต่ำกว่า 3-5 เปอร์เซ็นต์

5. พัฒนาผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

6. พัฒนาการสื่อสารแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ (Brand Acceptability) จากลูกค้าด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของ KAMARA และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านทาง Social Network เป็นหลักจนทำให้ลูกค้าเกิด Brand Loyalty และมีสัดส่วนลูกค้าที่ซื้อซ้ำมากกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

#### 4.4.2 การวิเคราะห์ Segmenting, Targeting และ Positioning (STP)

##### การแบ่งส่วนตลาด (Marketing Segmentation) ผู้วิจัยได้ทำการ

1. กำหนดตัวแปรที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาดได้แก่

- ด้านภูมิศาสตร์ ขอบเขตของพื้นที่ และความหนาแน่นของประชากร
- ด้านประชากรศาสตร์ อายุ การศึกษา ระดับรายได้ และสถานภาพทางสังคม
- ด้านจิตวิทยา รูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยม
- ด้านพฤติกรรมศาสตร์ ลักษณะการซื้อ ผลประโยชน์ที่ได้รับ ความภักดีกับตราสินค้า และความพร้อมในการซื้อ

2. กำหนดส่วนตลาด

เมื่อกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดแล้ว สามารถแบ่งส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์ KAMARA ได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ ดังนี้

(1) กลุ่มระดับบน เป็นกลุ่มที่นำเข้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานจากต่างประเทศ โดยเฉพาะทางแถบยุโรป

สแกนดิเนเวีย และเป็นเจ้าของแบรนด์ที่มีชื่อเสียงด้านการนำวัสดุต่างๆ มากสานขึ้นรูป และเป็นที่ยอมรับกันในระดับโลก (World Brand) ได้แก่

- Heimat Atlantica เป็นแบรนด์จากประเทศโปรตุเกส ชิกเนเจอร์ของแบรนด์นี้คือ กระเป๋าทรงกล่องสี่เหลี่ยม วัสดุที่ใช้คือกก และใช้เทคนิคสานมือแบบโปรตุเกส สลับเชดสีสวยงาม (Checked woven reed) และตกแต่งด้วยจี้เซรามิค (Multicolored porcelain cigarron charm)

- Prada กระเป๋าปอสานทรงสี่เหลี่ยม ก้นกระเป๋าใส่ขาหมุดโลหะ หูจับใช้เป็นเนื้อผ้าแคนวาส ตัดกับตัวกระเป๋าสาน

- Palmgrens 1896 ผลิตกระเป๋าหวายสาน ผสมวัสดุหนัง มีเอกลักษณ์สไตล์มินิมอล

(2) กลุ่มระดับกลาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานต่างๆ ของไทยที่ได้รับการพัฒนาแล้ว มีแบรนด์เป็นของตนเอง ผลิตภัณฑ์มีการควบคุมคุณภาพ และเป็นที่รู้จักในตลาดเฉพาะกลุ่มแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักทั่วไป ได้แก่

- Kiyata เน้นงานสลักไม้ สไตล์แฮนด์เมด ทำเฟอร์นิเจอร์ของแต่งบ้านเป็นหลัก และมีเอกลักษณ์ตรงการใส่เรื่องราว ในรูปแบบสัตว์น้อยแะสลักกับชิ้นงานต่างๆ อาทิ นาฬิกา โคมไฟ ก้านจับร่ม และตะกร้าปิกนิก เป็นต้น

- Beachdaze จุดเด่นของแบรนด์คือการแต่งลายกระเป๋าด้วยเชือกปอข้อมสี (Thread-color) โดยสีเส้นที่นำมาใช้จะอิงจากแรงบันดาลใจจากสถานที่ท่องเที่ยว

- eb.a.gos ผสมผสานงานสานร่วมกับวัสดุหนัง เด่นเรื่องความดิบของวัสดุ เน้นผิวขรุขระแบบคูมีเสน่ห์

- VT thai เน้นเครื่องสานท้องถิ่น โดยนำวัสดุหลากหลายประเภทที่นิยมใช้ในงานจักสาน ไม่ว่าจะเป็นไผ่ (Bamboo) หวาย (Rattan) กก (Sedge) ใญ่ทะเล (Seagrass) หรือ ผักตบชวา (Water Hyacinth)

- Your Name Clutch by NITNADA NITNAPA นำกระเป๋าจักสาน มาเพิ่มเติมเอกลักษณ์แบบ Personalization ด้วยสีน้ำมัน สีอะคริลิก

(3) กลุ่มระดับล่าง คือกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานทั่วไปที่ไม่ได้รับมาตรฐานใดๆ มีขายทั่วไป ไม่มีการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ยังไม่มีแบรนด์ หรือแบรนด์ไม่เป็นที่รู้จักในตลาดภายในประเทศ

#### การพัฒนาโครงสร้างของส่วนตลาด

ในการพัฒนาโครงสร้างของส่วนตลาดผู้วิจัยนำตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดมาพัฒนาโครงสร้างของส่วนตลาดแต่ละส่วน ดังนี้

#### ตารางที่ 4.31 แสดงการนำตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดมาพัฒนาโครงสร้างในแต่ละส่วน

ตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด	
<b>1. กลุ่มตลาดบน</b>	
ขอบเขตของพื้นที่	กรุงเทพฯ และตัวเมืองของจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางการค้า
ความหนาแน่นของประชากร	ในใจกลางเมืองที่มีความเจริญ เป็นลักษณะของเมืองใหญ่ และแหล่งรวมย่านธุรกิจที่สำคัญ
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี, 25-50 ปี และ 50 ปี ขึ้นไป
ระดับรายได้ต่อคนต่อเดือน	50,000 บาทขึ้นไป
การศึกษา	ระดับอุดมศึกษาขึ้นไป
สถานภาพทางสังคม	ชนชั้นสูงหรือชนชั้นกลาง ที่มีฐานะดีมาก และอยู่ในแวดวงสังคมบุคคลที่มีชื่อเสียง
รูปแบบการดำเนินชีวิต	ชอบความหรูหรา โดดเด่น แตกต่าง ออกงานสังคมบ่อย
ค่านิยม	ชอบใช้สินค้าแบรนด์เนม และต้องการเป็นที่ยอมรับและสนใจในสังคม
ลักษณะการซื้อ	ความถี่ในการซื้อหากชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ใจ ซื้อบ่อยครั้งตามคอลเลกชันใหม่ๆ ที่ออกสู่ตลาด เนื่องจากแสดงถึงความทันสมัยและฐานะของผู้ใช้ และโปรแกรมส่งเสริมการตลาดสามารถกระตุ้นให้ซื้อในจำนวนที่เพิ่มขึ้นได้
ผลประโยชน์ที่ได้รับ	ความมีเอกลักษณ์ แปลใหม่ โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ นำสมัยและความมีชื่อเสียงของตราสินค้า
ความภักดีกับตราสินค้า	มีความภักดีกับตราสินค้าที่มีชื่อเสียงค่อนข้างสูงมาก
ความพร้อมในการซื้อ	เป็นผู้ที่รู้จักและชื่นชอบในตราสินค้าเป็นอย่างมาก จึงมีความตั้งใจในการซื้อสินค้าสูง
<b>2. กลุ่มระดับกลาง</b>	
ขอบเขตของพื้นที่	กรุงเทพฯ และตัวเมืองของจังหวัดต่างๆ
ความหนาแน่นของประชากร	ในตัวเมืองที่มีความเจริญ และเป็นย่านธุรกิจการค้า
อายุ	25-50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด	
ระดับรายได้ต่อคนต่อเดือน	20,000 บาทขึ้นไป
การศึกษา	ทุกระดับ
สถานภาพทางสังคม	ชนชั้นกลางหรือชนชั้นสูง
รูปแบบการดำเนินชีวิต	ใช้ชีวิตสบายๆ ต้องออกงานสังคมค่อนข้างบ่อย แพลกใหม่และชื่นชอบการมีเอกลักษณ์ของตนเอง
ค่านิยม	ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า คือคุณภาพ รูปแบบ ความแตกต่าง
ลักษณะการซื้อ	ความถี่ในการซื้อขึ้นอยู่กับความชอบและถูกใจ และความต้องการเพื่อใช้งานเป็นหลัก จึงเป็นการซื้อเพื่อการใช้งานตามความชอบ และโปรแกรมส่งเสริมการตลาดสามารถกระตุ้นการซื้อได้
ผลประโยชน์ที่ได้รับ	พิจารณาถึงคุณภาพ ความทันสมัยของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม และความเหมาะสมต่อการใช้งานเป็นสำคัญ
ความภักดีกับตราสินค้า	มีความภักดีกับตราสินค้าในระดับปานกลาง
ความพร้อมในการซื้อ	เป็นผู้ที่รู้จักสินค้า รวมถึงตราสินค้าเป็นอย่างดี มีความพร้อมในการซื้อค่อนข้างสูง คือเมื่อเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ ก็สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นได้ไม่ยากนัก
<b>3. กลุ่มระดับล่าง</b>	
ขอบเขตของพื้นที่	ทั่วทุกพื้นที่ (กรุงเทพฯและต่างจังหวัด)
ความหนาแน่นของประชากร	ในย่านการค้าของทุกพื้นที่
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี, 25-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป
ระดับรายได้ต่อคนต่อเดือน	8,000 บาทขึ้นไป
การศึกษา	ทุกระดับ
สถานภาพทางสังคม	ชนชั้นกลางและผู้ใช้แรงงาน มีฐานะปานกลางถึงต่ำ
รูปแบบการดำเนินชีวิต	ส่วนใหญ่ดำเนินชีวิตตามปกติประจำวัน ไม่ต้องออกงานสังคมบ่อยนัก
ค่านิยม	ให้ความสำคัญกับรูปแบบ ความสวยงามและตามสมัยนิยมเป็นหลัก
ลักษณะการซื้อ	มีความถี่ในการซื้อสินค้าค่อนข้างบ่อย เนื่องจากต้องการตามสมัยนิยม จึงเน้นสินค้าราคาไม่แพงและเปลี่ยนบ่อย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากการสัมภาษณ์อิสระทำแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายข้างต้นแล้วนั้น เห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ที่มีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าและบริการจาก KAMARA คือกลุ่มระดับกลางเป็นหลัก โดยสามารถสรุปคุณลักษณะได้ดังนี้คือ

- เป็นบุคคลอายุตั้งแต่ 25-50 ปี อาศัยอยู่ทั่วทุกจังหวัด มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาขึ้นไป
- มีระดับรายได้ปานกลาง มีสถานะทางสังคมเป็นชนชั้นกลางหรือชนชั้นสูง
- มีความจำเป็นต้องออกงานสังคมค่อนข้างบ่อย ค่อนข้างทันสมัย พิถีพิถันในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมตนเอง และต้องการเป็นตัวของตัวเอง

- การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จะพิจารณาตามความชอบและความเหมาะสมกับตนเองเป็นหลัก ไม่ตามกระแสมากเกินไป โดยผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อใช้จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี มีรูปแบบที่ดูดี และราคาที่จับต้องได้

- ไม่ชอบใช้สินค้าซ้ำใคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในวงสังคมเดียวกัน ดังนั้นการซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปขึ้นใด แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง(แบรนด์เนม)ก็ตาม แต่กลับรู้สึกกว่าตนเอง กำลังใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของโหล

นอกจากนี้สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง KAMARA ก็มีความสนใจในกลุ่มลูกค้าระดับบน ซึ่งมีกำลังซื้อสูงและยอมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตามที่ตนเองต้องการ แต่จะมีความแตกต่างจากกลุ่มระดับกลาง คือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากชื่อเสียงของตราสินค้าเป็นหลัก เพราะต้องการให้เป็นที่สนใจและยอมรับในสังคม ทั้งนี้หากมีการทำการตลาดเพื่อสื่อสารให้คนกลุ่มนี้ได้รับรู้ถึงคุณค่า และเกิดความสนุกกับการได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆจากลวดลายการสานของตนเองได้นั้น KAMARA เชื่อว่าจะสามารถสร้างฐานลูกค้าจากคนกลุ่มนี้ได้อีกจำนวนไม่น้อย

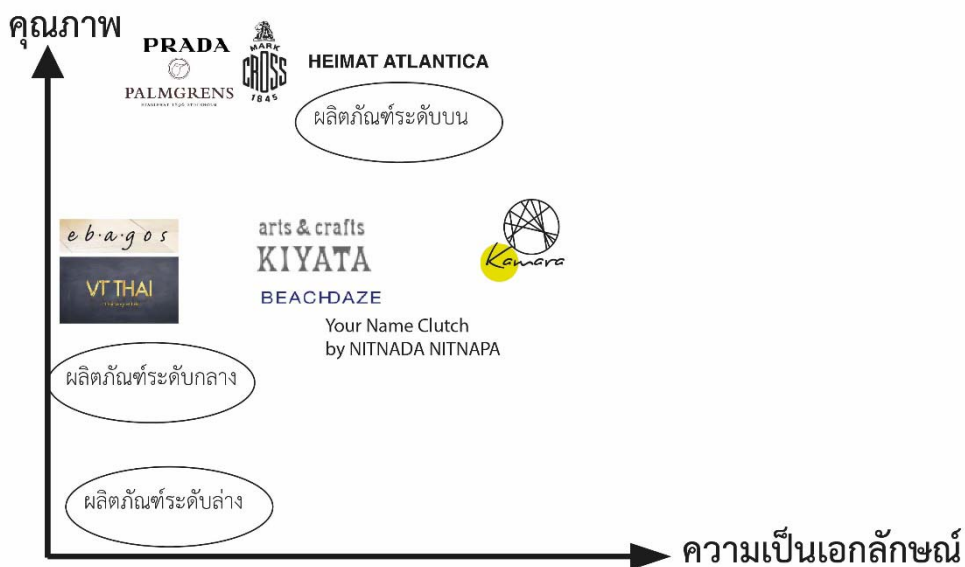
#### 4.4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

จากกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ แตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร โดยคำนึงถึงคุณภาพ รูปแบบ และความสวยงามประกอบด้วย จึงนำปัจจัยทั้งสามดังกล่าวมาใช้เป็นแนวคิดในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้

**ปัจจัยด้านคุณภาพ** ผลิตภัณฑ์ของ KAMARA ในขั้นต้นนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่สาน เป็นลวดลายที่ได้ออกแบบจำเพาะ หรือวัสดุอื่นใดที่สามารถนำมาขัดสานเป็นลวดลายได้ตามความต้องการของลูกค้า (ชื่อแบรนด์)ก็ยินดีที่จะสร้างสรรค์ผลงานตอบสนองความต้องการทุกชนิด ด้วยวัสดุและลวดลายที่สวยงาม มีการควบคุมคุณภาพในการผลิตในขั้นตอน และมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบให้กับลูกค้าทุกครั้ง ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ทุกชนิดของ KAMARA เป็นสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมและเกิดความคุ้มค่าในการใช้งานแน่นอน

**ปัจจัยด้านความเป็นเอกลักษณ์** เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์จาก KAMARA นั้นมีหลากหลายประเภท ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งทาง KAMARA จะทำการวางขายผลิตภัณฑ์เป็นคอลเลกชัน ซึ่งมีจำนวนผลิตภัณฑ์ในแต่ละคอลเลกชันน้อย เป็นการสร้างความพิเศษให้กับลูกค้าและคงความเป็นเอกลักษณ์ ตอบสนองความต้องการความเป็นตัวของตัวเองของกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก และจากการที่ KAMARA นำเสนอการให้บริการลูกค้าที่สามารถออกแบบลวดลายหรือผลิตภัณฑ์ได้ตามที่ต้องการ ตั้งแต่การเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ลวดลาย วัสดุที่จะนำมาสานลายและทำผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจาก KAMARA มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งลูกค้าจะเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ใช้สินค้า และพร้อมจะส่งผ่านความภาคภูมิใจที่เกิดขึ้นไปยังกลุ่มคนรู้จัก ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของ KAMARA ให้เป็นที่รู้จักยังกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

KAMARA วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานวางจำหน่าย และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มระดับกลางเหมือนกันและสามารถสั่งทำผลิตภัณฑ์ได้เป็นหลัก โดยคู่แข่งทางตรงได้แก่ Beachdaze และYour Name Clutch by NITNADA NITNAPA แต่เป็นแบรนด์ที่จำหน่ายเฉพาะกระเป๋าสาธิต สำหรับคู่แข่งทางอ้อมได้แก่แบรนด์เป็นที่รู้จักในตลาดเป็นอย่างดี เช่น ZARA เป็นต้น

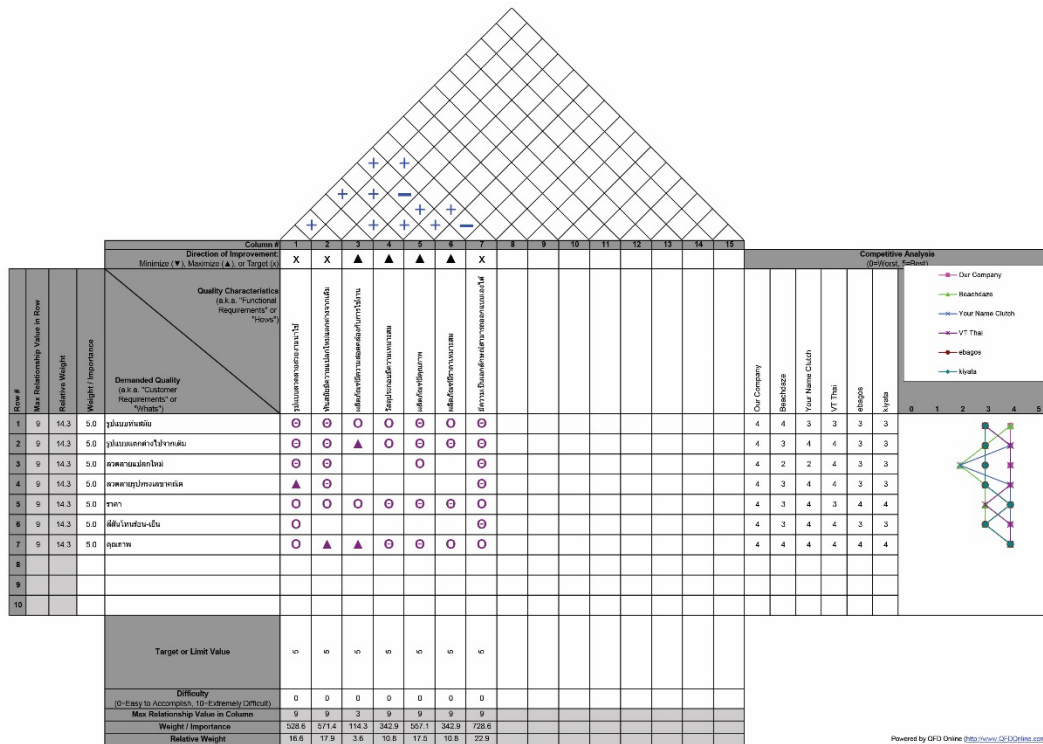


ภาพที่ 4.29 แสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ KAMARA เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

จากภาพที่ 4.29 พบว่าการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ KAMARA นั้นมีจุดเด่นในเรื่องด้านของความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีคุณภาพของสินค้าเยื้องไปทางค่อนข้างสูง

จากขั้นตอนนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ด้านการประเมินค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยใช้หลักการประมาณค่าใช้จ่ายในด้านของวัสดุและกรรมวิธีการผลิตเป็นต้น เพื่อจะได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้องเพื่อใช้ในการตั้งราคาขายผลิตภัณฑ์ต่อไป

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อีกครั้งโดยการเลือกแบรนด์คู่แข่งที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ Quality Function Deployment (QFD) ด้วยเครื่องมือ HOQ (House of Quality) ด้วยการกำหนดเกณฑ์ความต้องการของผู้บริโภคประกอบกับเกณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบหาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์จำนวน 5 แบรนด์ได้แก่ 1.Beachdaze 2.Your Name Clutch by NITNADA NITNAPA 3. VT Thai 4. eb.a.gos และ 5. Kiyata ดังนี้



ภาพที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ Quality Function Deployment (QFD)

จากภาพที่ 4.30 พบว่าข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากบ้านแห่งคุณภาพมีคะแนนที่มีความโดดเด่นซึ่งสามารถแสดงให้เห็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์โดยมีค่าความสำคัญ (Weight/Important) คือ ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่และทันสมัยแตกต่างไปจากเดิม มีค่าเท่ากับ 571.4 ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 557.1 และด้านความมีเอกลักษณ์ (สามารถออกแบบเองได้) 528.6 ด้านค่า Relative Weight คือ 17.9 17.5 และ 16.6 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกณฑ์ที่ได้นี้มาจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการออกแบบ

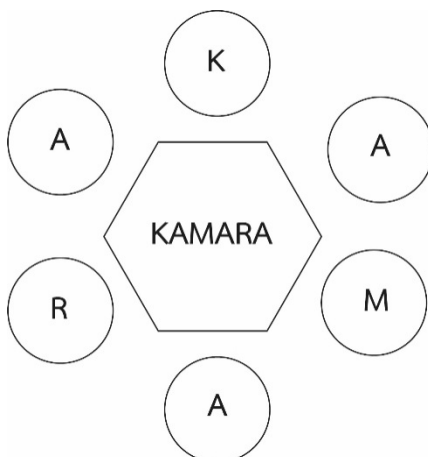
#### 4.4.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์การสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์

ตราสินค้า (Brand Name) เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แสดงออกเหมือนหน้าตาของการทำธุรกิจ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างแบรนด์ให้มีความมั่นคง ช่วยให้ผู้พบเห็นจดจำได้ง่าย สร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญที่ใช้ในการออกแบบตราสินค้าทั้งหมด 4 ประเด็น

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ตราสินค้าก่อนการออกแบบ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล.2559:21)

ชื่อ	ประเด็นการวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ
ตราสินค้าต้องเป็นที่จดจำได้ง่าย	ตราสินค้าต้องมีลักษณะเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร โดยผู้พบเห็นสามารถอ่านและจดจำได้ง่าย รวดเร็วหรือเมื่อมองดูแล้วสามารถสื่อสารได้โดยตรง
การสื่อความหมาย	อาจมีการสร้างความหมายแฝง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวความมีที่มาในตัวธุรกิจ
การเลือกใช้สีที่เหมาะสม	เนื่องจากสีทุกสีนั้นมีความหมายที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นสีในเชิงจิตวิทยาหรือสีในงานออกแบบ จึงควรเลือกสีที่มีความหมายเหมาะสมกับประเภทธุรกิจ
นำไปใช้ได้อย่างหลากหลาย	เนื่องจากตราสินค้าจำเป็นต้องใช้ในหลากหลายรูปแบบทั้งบนผลิตภัณฑ์หรือนำไปใช้ในสื่อที่หลากหลาย จึงต้องคำนึงการนำไปใช้งานให้ได้ครอบคลุมและยังคงเอกลักษณ์ไว้ได้แม้อยู่ในสถานที่ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ตราสินค้าก่อนการออกแบบพบว่า ตราสินค้าต้องมีลักษณะไม่เหมือนใคร สามารถอ่านและจดจำได้ง่าย มีการสร้างความหมายแฝง ต้องคำนึงถึงการนำไปใช้อย่างครอบคลุมและหลากหลาย ทั้งยังสามารถคงเอกลักษณ์ไว้ในทุกๆ ที่ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้ มาตั้งชื่อธุรกิจ โดยเลือกประเภทตราสินค้าในรูปแบบ Combination Mark ซึ่งเป็นโลโก้ที่ทำการรวมกันเอาไว้ทั้งรูปภาพและตัวอักษร เพราะผู้คนสามารถจดจำทั้งภาพและชื่อแบรนด์ได้ในเวลาเดียวกัน และสามารถแยกหรือลดทอนได้ในภายหลังเมื่อเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางแล้ว และตั้งชื่อให้ว่า “KAMARA”



ภาพที่ 4.31 ความหมายของชื่อแบรนด์

จากภาพที่ 4.31 แบรนด์ “KAMARA” เป็นชื่อเรียกของแบรนด์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งขึ้นมาจากตัวของผู้วิจัยเอง โดยในแต่ละตัวอักษรต่างมีความหมายในแต่ตัวไป เมื่อผู้ที่สนใจฟังหรืออ่านก็สามารถจดจำได้โดยง่าย เนื่องจากสามารถออกเสียงง่ายและมีที่มา ดังนี้

K – ย่อมาจาก ชื่อจริงของเจ้าของแบรนด์ Kamolratana

A – ย่อมาจาก นามสกุลจริงของเจ้าของแบรนด์ Attabhanyo

M – ย่อมาจาก Magnificent (adj.) แปลว่า งดงาม

A – ย่อมาจาก Accordant (adj.) การสอดคล้อง สอดคล้อง ซึ่งในที่นี้หมายถึง การสลาย  
ลาย

R – ย่อมาจาก recursive (adj.) ลักษณะการทำงานหรือการคำนวณที่ให้ผลลัพธ์แบบ  
ย้อนกลับหรือ

ทำซ้ำขั้นตอนเดิม หมายถึง หลักการของการสลายลาย ที่เป็นการทำซ้ำย้อนกลับในทุกๆ

ลาย

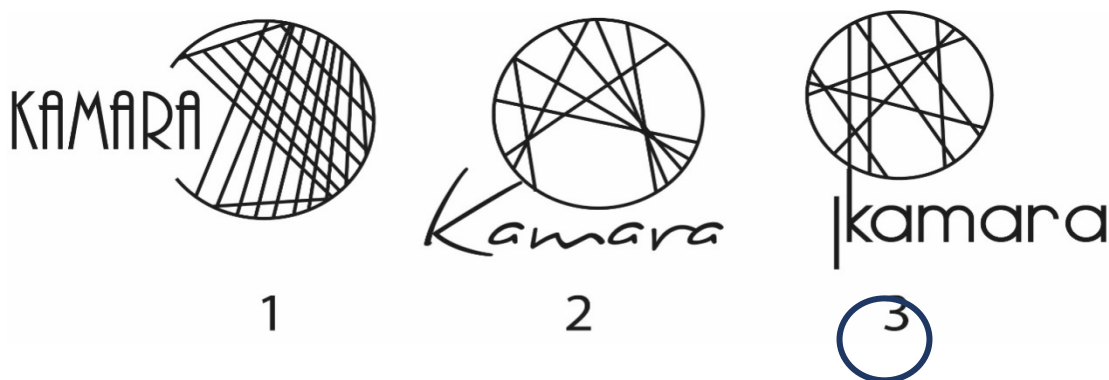
A – ย่อมาจาก abstract (adj.) สิ่งที่เป็นนามธรรม

ซึ่งต้องการจะสื่อออกมาเป็นความหมายของแบรนด์ที่สามารถแปลได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่อยู่  
ภายใต้การผลิตของแบรนด์ KAMARA จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิธีการผลิตด้วยหลักการสอดคล้อง  
ซึ่งกันและกันของวัสดุ โดยมีลักษณะลวดลายที่เป็นนามธรรมและสวยงามในทุกผลิตภัณฑ์นั่นเอง

โดยตราสินค้าจะนำชื่อเต็มทั้งหมดมาตั้งเป็นชื่อแบรนด์และมีรูปสัญลักษณ์ประกอบ โดยมี  
ผลดี ดังนี้

1. มีความชัดเจนในการสื่อสาร ในระยะเวลาอันสั้น
2. ใช้พื้นที่ไม่มากและสามารถปรับขนาดให้มีความเหมาะสมตามพื้นที่การใช้งานได้
3. ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่ายและสื่อให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ทางธุรกิจ
4. เป็นการสร้าง Brand Name ทางการตลาดที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ที่ดี

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสินค้าจากตัวตนของแบรนด์และจากวิธีการสานผลิตภัณฑ์ของ  
แบรนด์เอง ออกมาเป็นภาพตราสินค้า โดยใช้รูปสัญลักษณ์สื่อถึงลักษณะของการสานของวัสดุ ที่ได้ทำ  
การลดทอนออกเป็นรูปภาพฟิค จำนวน 3 รูปแบบ ก่อนทำการประเมินบนสื่อออนไลน์จาก  
กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 50 คน



ภาพที่ 4.32 ออกแบบโลโก้แบรนด์ “KAMARA”

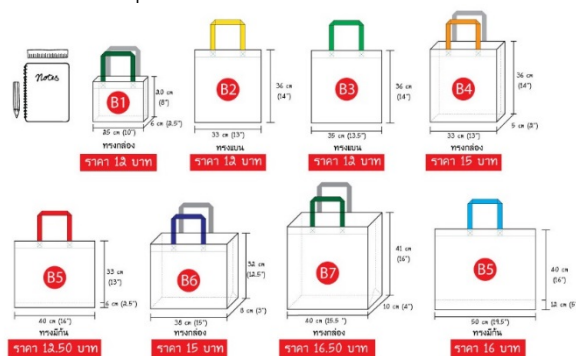
จากการสอบถามความคิดเห็นด้านความน่าสนใจและความสวยงามบนสื่อออนไลน์จาก  
กลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน โดยรูปแบบที่ 3 มีผลคะแนนมากที่สุด มีจำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ  
56 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใจในรูปสัญลักษณ์ที่ต้องการสื่อสารไปถึงได้เป็นอย่างดี  
สอดคล้องกับความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้านี้จะสามารถช่วยในการนำผลิตภัณฑ์เสนอ

ในตลาดใหม่ได้โดยง่าย และจะเกี่ยวข้องกับบรรจุกฎที่มีหน้าที่หลักในการรักษา ห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ ในห้วงสภาพเดิมไว้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้สินค้าด้วยบรรจุกฎ  
(ค่านาย อภิปรัชญากุล.2559:50-51)

หลักการออกแบบ	การทำหน้าที่ด้านการออกแบบ	การนำไปใช้
ความโดดเด่น	การนำสัญลักษณ์ ที่ใช้ลายเส้นที่ดึงดูดให้น่าสนใจมาประกอบเข้ากับการออกแบบบรรจุกฎ	สัญลักษณ์ และตราสินค้า เลือกใช้สีที่ดึงดูดสายตา
ความเรียบง่าย	บรรจุกฎที่เรียบง่ายและใช้งานได้จริงสื่อถึงตัวสินค้าภายในอย่างตรงไปตรงมา	วัสดุและรูปแบบต้องเรียบง่าย สามารถใช้งานได้จริง
เข้าใจง่าย	รูปทรงไม่แตกต่างกับผลิตภัณฑ์มากนัก โดยเน้นรายละเอียดให้น่าสนใจ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย และสามารถจดจำได้เป็นเวลานาน	มีเนื้อหาที่ต้องการให้ผู้บริโภค รับทราบ โดยจะต้องตัดทอนให้เข้าใจง่าย
สร้างเอกลักษณ์	เลือกใช้องค์ประกอบที่สร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า มาทำให้มีความโดดเด่น ดึงดูดสายตาและสามารถจดจำได้เป็นอย่างดี	เลือกใช้สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์จากตราสินค้าของผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 4.35 ผลวิเคราะห์การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้สินค้าด้วยบรรจุกฎ สรุปได้ว่า ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบบรรจุกฎที่มีความหลากหลายสวยงาม โดยคำนึงถึงการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุ สี สัน เป็นต้น ทั้งหมดนี้จะส่งผลโดยตรงต่อการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณค่าและมูลค่า อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจน่าซื้อมากยิ่งขึ้น โดยในส่วนของบรรจุกฎของแบรนด์จะต้องสามารถปรับเปลี่ยนไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในแต่ละบรรจุกฎจะมีตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ติดอยู่เสมอ สามารถยกตัวอย่างได้เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า นั้น จะเลือกใช้กระเป๋าผ้าสปันบอนด์ที่มีความหนา 100 กรัม ทรงกล่อง(B4จากภาพ) ขนาด 36x33 เซนติเมตร เนื่องจากกระเป๋าผ้าสปันบอนด์มีความยืดหยุ่นและช่วยป้องกัน การเกิดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ และสามารถนำไปใช้งานอื่น ๆ ต่อไปได้อีกด้วย และมีการผลิตอยู่แล้วในระบอบอุตสาหกรรมทำให้มีต้นทุนในการนำมาใช้ต่ำ อีกทั้งขนาดที่ได้เลือกใช้ สามารถใช้บรรจุกระเป๋าได้ด้วยทั้งสิ้น



ภาพที่ 4.33 แสดงขนาดและราคาของกระเป๋าผ้าสปันบอนด์ที่เลือกใช้ B4(ขนาด 36x33cm.)

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ และความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ดังจะเห็นได้ว่าแนวทางในการออกแบบจะมุ่งเน้นไปที่การออกแบบลายสานไม้ไผ่ที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้เป็นหลัก และได้นำมาประกอบกับผลิตภัณฑ์ตัวอย่างแต่ละชนิดที่ได้รับคะแนนความต้องการซื้อจากกลุ่มผู้บริโภคใน 3 อันดับแรก เพื่อนำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามหัวข้อวัตถุประสงค์ดังนี้

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

#### 5.1.1 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบัน

ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งได้แก่ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ที่เข้ามาเลือกชมและเลือกซื้อสินค้า ภายในงานบ้านและสวนแฟร์ และงานสไตล์แบงค์คอกแฟร์ 2018-2019 ที่บริเวณศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา ณ เวลาที่มีการจัดแสดงนั้น จำนวนทั้งสิ้น 50 ตัวอย่าง พบว่า มีข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ในหลายประการดังนี้

1. ผลการรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นจำนวน 29 คน (ร้อยละ 58) ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ยที่ 31-40 ปี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 52) อยู่ในสถานภาพสมรส หรืออาศัยอยู่ร่วมกันจำนวน 26 คน (ร้อยละ 52) ซึ่งส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 30 คน (ร้อยละ 60) โดยจะประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทจำนวน 19 คน (ร้อยละ 38) มีรายได้เฉลี่ย 40,001-60,000 บาทต่อเดือนจำนวน 16 คน (ร้อยละ 32)

2. ผลการรวบรวมพฤติกรรม ทักษะคติ และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ พบว่า ถ้าหากจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีวัตถุประสงค์หลักของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือซื้อเพื่อนำกลับไปใช้เองจำนวน 26 คน (ร้อยละ 52)

- 2.1 พฤติกรรมในการซื้อพบว่าผู้ซื้อจะเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองมากที่สุดจำนวน 16 คน (ร้อยละ 32) โดยมีผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า มีความประสงค์ซื้อมากที่สุดจำนวน 32 คน (ร้อยละ 64) โดยแบ่งผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นเพศชายจำนวน 4 คน (ร้อยละ 12.50) และเพศหญิงจำนวน 28 คน (ร้อยละ 87.50) ผลิตภัณฑ์อันดับที่ 2 ที่มีผู้ประสงค์ซื้อรองลงมาได้แก่ผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพติดผนัง คิดเป็นร้อยละ 62 ผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นเพศ

ชายจำนวน 22 คน (ร้อยละ 70.97) และเพศหญิงจำนวน 9 คน (ร้อยละ 9.03) ผลิตภัณฑ์อันดับที่ 3 ได้แก่ เครื่องประดับ(ต่างหู) มีผู้ประสงค์ซื้อคิดเป็นร้อยละ 56 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แบ่งเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นเพศชายจำนวน 4 คน (ร้อยละ 14.29) และเพศหญิงจำนวน 24 คน (ร้อยละ 85.71) ดังจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก ได้แก่ กระเป๋า, รูปภาพติดผนัง และเครื่องประดับ (ต่างหู) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและชายต่างมีความต้องการซื้อ ผลิตภัณฑ์ทั้งสามประเภทจึงมีความน่าจะเป็น ในการนำไปพัฒนารูปแบบเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป

2.2 การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ นั้น พบว่า รับรู้คุณค่าได้จากผลลวดลายการสานที่สวยงาม จำนวน 15 คน (ร้อยละ 30) และความมีเอกลักษณ์เฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ตามลำดับ ด้วยเหตุนี้การพัฒนาผลลวดลายจักสานให้เข้ากับยุคสมัยและมีลวดลายที่แตกต่างไปจากเดิมจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อตอบสนองการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์

2.3 ความต้องการทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ หากสามารถเลือกเองได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ทันสมัยแตกต่างไปจากที่มีอยู่เดิมมากที่สุดคือจำนวน 18 คน (ร้อยละ 36) รองลงมาคือต้องการให้มีรูปแบบลวดลายที่แปลกใหม่ จำนวน 16 คน (ร้อยละ 32)

2.4 แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น แรงจูงใจที่ดีที่สุดที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น คือ ตัวผลิตภัณฑ์หรือตัวของสินค้าต้องมีคุณภาพที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.96, S.D.=0.20$ )

ในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาหลักปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านมาใช้

3. ผลการรวบรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ของหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค พบว่า คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และความแปลกใหม่ของการออกแบบมีผลต่อการเลือกซื้อ อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 เท่ากันทั้งสองข้อซึ่งมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}=4.82, S.D.=0.48$ ) ดังจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์นั้น คุณภาพ, ความมีมาตรฐานและรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ ในอันดับที่มากที่สุดเท่ากัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 2 ด้านราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค พบว่า ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.64, S.D.=0.53$ ) ดังจะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่ 2 ด้านราคานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ราคาของผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองได้ แต่กลับมุ่งเน้นไปที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการเลือกซื้อและราคาเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเองมากที่สุด ดังนั้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค พบว่า การซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ใน

ระดับค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.56, S.D.=0.71$ ) จะเห็นได้ว่าถึงแม้ขณะที่ทำการตอบแบบสอบถามอยู่นั้น กลุ่มตัวอย่างได้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้า แต่ความต้องการที่แท้จริงมากที่สุดนั้น คือการสามารถเลือกซื้อได้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้นในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ที่สามารถติดต่อซื้อขายกับผู้บริโภคได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาดหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค พบว่า มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.14, S.D.=0.64$ ) จะเห็นได้ว่ามนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายมีผลต่อการเลือกซื้อ มีคะแนนมากที่สุดจากข้ออื่นๆ ดังนั้น การขายผลิตภัณฑ์ต่างๆของพนักงาน หรือแม้แต่การตอบรับสินค้าในระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะยุคสมัยใด ความมีอัธยาศัยที่ดีมีมนุษย์สัมพันธ์ เป็นสิ่งจำเป็นและเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

4. ผลการรวบรวมข้อมูลจากคำถามปลายเปิดในส่วนท้ายของแบบสอบถาม ผู้วิจัยพบว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมจักสานของผู้ประกอบการรายอื่นได้อีกด้วย สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้วยเหตุผลของตัวผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีอยู่วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน มีรูปแบบที่ล้าสมัย รูปแบบของผลิตภัณฑ์ซ้ำๆ ซึ่งเกิดจากการลอกเลียนแบบซึ่งกันและกันของผู้ประกอบการ ขาดความแปลกใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมีน้อย อีกทั้งสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ไกลหรือหาซื้อได้ยาก ก็ล้วนแล้วแต่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่นิยม ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยจะนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในขั้นต่อไป

ซึ่งสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลงความเห็นว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีวางจำหน่ายในปัจจุบันมีรูปแบบและลวดลายที่โบราณ ไม่ตรงตามความต้องการของกลุ่มนั้น เป็นเพราะผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แบบเดิมได้จัดทำขึ้นและยังทำสืบต่อกันมาเพื่อจัดจำหน่ายในปัจจุบันนั้น ได้ทำขึ้นเพื่อสื่อสารกับผู้คนที่อยู่ในยุคสมัยก่อน ซึ่งได้รับบริบททางวัฒนธรรมในอดีต ซึ่งเป็นสมัยเดียวกันกับที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมนั้นขึ้น เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไป เงื่อนไขของการรับรู้ของผู้คนจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แบบเดิมยากต่อการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย ไม่เข้าใจและไม่ซาบซึ้งถึงรูปแบบและลวดลายที่ปรากฏ ทำให้รูปแบบและลวดลายแบบเดิมไม่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ส่งผลให้ไม่ได้รับความนิยมนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจนับเป็นกรอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์เรื่องหนึ่งกล่าวคือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่วางจำหน่ายในปัจจุบันยังขาดรูปแบบและลวดลายที่สามารถสื่อสารหรือดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้นั่นเอง และทางด้านการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแล้วนั้น พบว่าคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความแปลกใหม่ของการออกแบบมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเป็นอย่างมาก เป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์นั้นใส่ใจกับคุณภาพของสินค้าและรูปลักษณ์ภายนอกมากยิ่งขึ้นโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยที่ควบคู่ไปกับการประดับตกแต่งได้ด้วยอีกทางหนึ่ง

5.1.2 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

การศึกษาศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรีนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการลงพื้นที่จริงเพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและสังเกตการณ์ภายในศูนย์ฯ ผู้วิจัยได้พบว่า

1. ภูมิปัญญาด้านประเภทและรูปแบบของงานจักสานของกลุ่ม จะเน้นประเภทเครื่องใช้ในครัว ได้แก่ กระเป๋า, ตะกร้า, กระจาด, ถาด, ตะลั่น และพัด ซึ่งเป็นการทำตามรูปแบบที่ได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่อดีต ที่มีความประณีต ละเอียดสวยงาม กระเป๋าในรูปแบบต่างๆ เป็นสินค้าขายดีของทางศูนย์ฯ

2. ภูมิปัญญาด้านลวดลายจักสาน ส่วนมากเป็นลวดลายโบราณที่สืบทอดต่อกันมา ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว ลวดลายของเครื่องจักสาน แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มลายแม่บท (ลายขัด ลาย สอง ฯลฯ) 2) ลายพัฒนา (ลายตีหล่ม ลายตีตะแคง ลายเฉลว ลายตาชะลอม ฯลฯ) 3) ลายประดิษฐ์ (ลายดอกจัน ลายดอกพิกุล ลายขีด ลายพัด ลายข้าวหลามตัด ฯลฯ) โดยเฉพาะลายดอกพิกุล เป็นอัตลักษณ์เครื่องจักสานพนสนธิคม ที่ได้รับการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ จัดเป็นลายประดิษฐ์ที่มีความละเอียดและประณีตสูง โดยจะมีการยอนตอก คือการดันพื้นตอกเพิ่มให้ตัวลายเด่นลอยสูงขึ้น เมื่อสัมผัสจะรู้สึกได้ว่ามีความนูนต่ำและสูงต่างกันไป แต่ไม่มีความทหนา จึงมักจะใช้ลายแม่บท ลายขัด ลายสองหรือสามสานซ้อนทับด้านในเพื่อความแข็งแรง และจากการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของทางศูนย์ พบว่า ในส่วนบริเวณที่เป็นขอบกระเป๋า และหูกระเป๋า จะใช้เป็นการจูงนางสองหวาย และจูงนางสามหวาย ซึ่งเป็นชื่อเรียกลวดลายที่นิยมนำมาทำเป็นขอบของตะกร้าหรือขอบกระเป๋าและหูกระเป๋า มีความคงทนแข็งแรงมาก ทนต่อการรับน้ำหนักได้ดี โดยส่วนมากนิยมใช้หวาย 2-3 เส้นในการสาน จะพบว่าในบริเวณที่ต้องการความแน่นหนา จะมีการใช้วัสดุหวายเข้ามาาร่วมด้วย ด้วยคุณสมบัติของหวายนั้น มีความเหนียว และความแข็งแรงทนทาน จึงมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นวัสดุในบริเวณดังกล่าว และในส่วนตัวของผลิตภัณฑ์จะใช้เป็นลายประดิษฐ์หรือลายอะไรก็ได้แล้วแต่ความต้องการ เนื่องจากในบริเวณนี้ไม่ต้องการความแข็งแรงเท่าส่วนหูจับหรือส่วนฐาน

3. ภูมิปัญญาด้านวัสดุ พบว่า วัสดุที่ใช้ในการจักสานเลือกใช้ไม้ไผ่และหวายทั้งหมด ในอดีตทางศูนย์ฯเคยเลือกใช้ไม้ไผ่สีสุกในการสานผลิตภัณฑ์แต่มีความเปราะแตกหักง่าย ไม่สามารถยืดหยุ่นได้ดี จึงหันมาเลือกใช้ไม้ไผ่ขาว เพราะมีเนื้ออ่อนนุ่มไม่เปราะแตกหักง่าย เป็นมันสวย อายุ 2 ปี ที่ไม่อ่อนและแก่จนเกินไป สามารถสานเข้ากับรูปทรงได้ง่าย แต่ต้องสั่งซื้อมาจากจังหวัดระยองและกาญจนบุรี เนื่องจากในพื้นที่ชลบุรีมีไม่มากพอ จะเลือกที่ลำปล้องยาว เพราะจะได้เนื้อเหนียวและแข็งกำลังดี เป็นมันสวย ทำการตัดแต่งและตากด้วยความใส่ใจ จนจักตอกออกมาเป็นเส้นตอกที่มีคุณภาพ ส่วนภายในกระเป๋า จะเลือกใช้ผ้าไหม, ผ้าฝ้าย และผ้าต่วนในการบุภายใน โดยจะเลือกผ้าบุตามลักษณะลวดลายที่ใช้สาน

4. ภูมิปัญญาด้านเครื่องมือที่ใช้ในงานจักสานพบว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานจักสานไม้ไผ่คือ เลื่อย ใช้ตัดไม้ไผ่ มีดโต้หรือมีดผ่า จะมีลักษณะเดียวกับมีดโต้ คือ สันตรง ปลายตัด ทั้งตัด,ผ่า, จักและเหลา มีดเหลาดอก ลักษณะพิเศษคือ ส่วนของสันอาจจะเป็นเส้นตรง แต่ปลายจะงอนขึ้นเล็กน้อย แม่แบบ เอาไว้เป็นแม่แบบในการวางเพื่อสานขึ้นรูป คีบไม้ไว้ใช้หนีบตอกและขึ้นงานให้คงตัว เหล็กจีหรือเหล็กฆาต มี 2 ลักษณะคือ ชนิดปลายกลมและปลายแบน ที่เรียดตอกเป็นแผ่นสังกะสี ที่ทำขึ้นเองเจาะรูหลายขนาด 1-3 มิลลิเมตร ใช้เส้นตอกที่จักเป็นเส้นเหลี่ยม สอดผ่านรู แล้วดึงหรือเรียดเส้นตอกให้กลม เพื่อให้ได้เส้นตอกที่มีขนาดเท่าๆ กัน นำไปใช้ในขั้นตอนการย้อมสีและสานต่อไป

5. ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านกระบวนการผลิต การผลิตผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการจักสาน พบว่าทางศูนย์ฯใส่ใจและมีความละเอียดอ่อนประณีตสูงไม่น้อยไปกว่าขั้นตอนวิธีการสานลาย เริ่มจาก

วิธีการจักตอก เริ่มต้นด้วยการแบ่งไม้ไผ่ออกเป็นชิ้น ตามขนาดที่ต้องการ ใช้มีดจักตอกเอาส่วนในออก (ซี่ตอก) แล้วจักในส่วนที่เหลือออกเป็นเส้นบางๆ แล้วเหลาให้เรียบร้อย ชักเสียดตามขนาดที่ต้องการ โดยทางศูนย์ฯ จะทำขนาด 1-3 มิลลิเมตร เมื่อนำไปตากแดดให้แห้ง แล้วจึงย้อมสีด้วยสีเคมี ทางศูนย์ฯ มีสีที่สั่งทำขึ้นเฉพาะคือสีน้ำตาลทอง แต่ไม่สามารถย้อมสีโทนาสเทลได้ เนื่องจากยังไม่มีสารเคมีตัวใด จะทำให้เส้นตอกติดสีอมขาวโดยเนื้อตอกไม่บางลง และในการย้อมสีแต่ละครั้งไม่สามารถทำให้เหมือนกันในทุกครั้งได้ จะทำได้เพียงแต่ใกล้เคียงกันเท่านั้น เมื่อย้อม และล้างออกย้อมซ้ำไปเรื่อยๆ จนเป็นที่พอใจ การย้อมสีที่ใส่ใจและทำไปที่ละชิ้นตอนอย่างมีคุณภาพ ส่งผลให้ตอกไม้ไผ่ย้อมสีของทาง ศูนย์ฯ มีคุณภาพที่ดี เป็นมัน สีไม่ตก และคงอยู่ได้นาน จากนั้นนำไปตากแดดให้แห้งและมาทำการสานต่อไป ซึ่งการสานเป็นชิ้นตอนที่ยาก และต้องใช้ความละเอียดมากที่สุด เริ่มจากการก่อฐาน ด้านล่างด้วยเส้นตอกสองชนิด คือ ตอกยืน (ตอกตั้ง) ซึ่งจะมีลักษณะคอดตรงกลางต่างจากตอกทั่วไป และตอกนอน (ตอกสาน) ที่มีขนาดกว้างเท่ากันเท่ากันทั้งเส้น(ตอกปกติ) เหตุที่ตอกยืนมีลักษณะพิเศษ เนื่องมาจากเมื่อสานเสร็จจะได้ตะกร้าที่มีฐานเล็กและค่อยๆบานขึ้นบริเวณปาก ซึ่งตัวตอกนี้จะจัดทำ ขึ้นแล้วแต่รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เมื่อสานเสร็จจะนำไปเผาไฟรมควันเพื่อป้องกันเชื้อรา

ดังที่ได้ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรีนั้น สามารถสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ของทาง ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่มีการทำอยู่ทั้งหมด 9 ชนิดผลิตภัณฑ์ โดยมีกระเป่าไม้ไผ่เป็น ผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงมาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการคิดค้นลายประดิษฐ์ขึ้นเอง เพิ่มจากเดิม โดยยังคงใช้แรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว แล้วนำมาคลี่คลายจนเกิดเป็นลายสาน ที่สวยงาม ไม่สลับซับซ้อน ง่ายต่อการสาน แต่หัวใจหลักของการผลิต ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของ ทางศูนย์ฯ ให้ได้คุณภาพจนเป็นที่ยอมรับนี้คือ การใส่ใจและพิถีพิถันไปที่การเตรียมวัสดุต่างๆ ก่อนการ สานผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากที่สุด ทั้งการจักตอก การย้อมสี หรือแม้แต่การเลือกไม้ไผ่ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความละเอียดประณีต เพื่อให้ได้มาซึ่งเส้นตอกที่มีคุณภาพ แล้วจึงนำไป สร้างสรรเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป จึงถือได้ว่าควรนำมาเป็นแบบอย่างในการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันนี้ ของกลุ่มชุมชนอื่นต่อไป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้นำเอาหลักการต่างๆของการเตรียมวัสดุวัตถุดิบและการคิด ประดิษฐ์ลายสาน ของทางศูนย์ฯ นำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในขั้นตอนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ต่อไป

### 5.1.3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ที่ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

1. ผลการวิเคราะห์โอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจ พบว่าหากมีการพัฒนารูปแบบและ ลวดลายให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นมีโอกาสที่กำลังซื้อของผู้บริโภคจะกลับมาอีกครั้ง โดยต้องมีการ ปรับตัว มุ่งเน้นไปที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบในตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ผ่านการสร้างแบ รนด์ ช่องทางการจัดจำหน่ายทางสื่อโซเชียลเพื่อความสะดวกในการเข้าถึง และมีการประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค พบว่า มีความต้องการผลิตภัณฑ์ กระเป่า รูปภาพติดผนัง และเครื่องประดับต่างๆ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ด้านแนวคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายการสานนั้น พบว่าแรงบันดาลใจล้วนเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทั้งสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและจากธรรมชาติ โดย นำเอาการลวดทอนและทำซ้ำเพื่อขยายให้ใหญ่ขึ้น และทำให้เป็นรูปทรงเรขาคณิตทั้งหมดเพื่อความ

สะดวกในการผลิต ในส่วนของการออกแบบรูปทรงกระเป๋านั้น ยึดเอาตามเทรนการออกแบบกระเป๋าสาน fall and winter 2019 มาปรับใช้ให้เข้ากับลวดลายการสาน

4. ผลจากขั้นตอนการออกแบบร่าง นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการคัดเลือกรูปทรงของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท และลายสานที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมากที่สุด ซึ่งทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่ตรงกันในระดับที่มีความเหมาะสมมากที่สุดทั้ง 3 ประเภทพบว่า กระเป๋านีบลวดลายทุ่งนา มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.92$ ) ( $\sigma=0.14$ ) รูปภาพประดับตกแต่งลายริ้ว มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.83$ ) ( $\sigma=0.14$ ) และเครื่องประดับต่างหูลายถนน มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\mu=4.83$ ) ( $\sigma=0.14$ ) อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด

5.1.4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ ผู้วิจัยพบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทที่ผ่านการศึกษาและพัฒนาตามประเด็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัย พบว่าทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ได้คะแนนความพึงพอใจในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด โดยจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋ามีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.50, S.D.=0.06$ ) เท่ากันสองรูปทรง ได้แก่กระเป๋านีบลวดลายทุ่งนา และกระเป๋าสายพายข้างทรงกลม ผลิตภัณฑ์เซทรูปภาพติดผนัง มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.63, S.D.=0.12$ ) และผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ(ต่างหู) มีคะแนนรวมอยู่ที่ ( $\bar{x}=4.55, S.D.=0.08$ ) และจากข้อเสนอแนะนั้น ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีความต้องการให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพศหญิงเป็นเพศที่มีลักษณะนิสัยพิถีพิถันในการเลือกซื้อของเพื่อการอุปโภคบริโภค เป็นเพศที่รักสวยรักงาม ชอบการตกแต่ง และความประณีต จึงเป็นเพศที่ชอบแสวงหาข้าวของเครื่องใช้เพื่อตนเองและผู้อื่น สอดคล้องกับ (ณฐมน ทรัพย์บุญโต. 2550 : 235) ที่กล่าวว่าเพศหญิงมีการใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าที่ภายในแสดงสินค้าโอท็อปมากที่สุด

อายุของผู้บริโภค อยู่ในช่วง 31-40ปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ทั้งนี้เป็นเพราะสินค้าบางอย่างมีราคาค่อนข้างสูง อีกทั้งเป็นวัยที่มีกำลังซื้อสูง และสามารถซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี ฤกษ์กุล. 2550 : 96) พบว่าช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัยนี้มีความมั่นคงในชีวิต และมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าจึงทำให้มีการตัดสินใจซื้อได้ดีกว่าช่วงอายุอื่น

ด้านส่วนประสมทางการตลาดและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคนั้น กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์, รูปแบบของผลิตภัณฑ์และราคาที่เหมาะสมตามลำดับ ซึ่งจัดอยู่ในส่วนการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแทบทั้งสิ้น โดยกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันมองคุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานอยู่ที่ ลวดลายการสาน

และความสวยงาม สอดคล้องกับ (อนันตพร โรจนกร. 2558 : 90-98) ได้กล่าวไว้ว่า ลวดลายเป็นตัว ตกแต่งและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ลวดลายจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจ ฉะนั้น ลวดลายของผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญในธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ (วรรณุญ สถาพรชัยพาณิชย์. 2554 : 131-132) พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของหมู่บ้านถวาย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับสุดท้าย อีกทั้งสอดคล้องกับ (ศักดิ์ชาย สิกขาและคณะ. 2558 : 110-120) พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์, ราคา, สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มากที่สุด คือ ความมีคุณภาพของ สินค้า และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังส่งผลต่อการเลือกซื้ออีกด้วย

### 5.2.2 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นของศูนย์ส่งเสริม ฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

พบว่าภูมิปัญญาในการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งแยกย่อยได้ 8 ภูมิปัญญา ได้แก่ ภูมิปัญญา พื้นบ้านด้านประเภทของงานจักสาน, ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านลักษณะประโยชน์ใช้สอยของงานจักสาน, ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านรูปแบบของงานจักสาน, ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านลวดลายงานจักสาน, ภูมิปัญญา พื้นบ้านด้านวัสดุที่ใช้ในงานจักสาน, ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านเครื่องมือที่ใช้ในงานจักสาน, ภูมิปัญญา พื้นบ้านด้านการบำรุงรักษาเครื่องมืองานจักสาน และ ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านวิธีการงานจักสาน ซึ่ง สอดคล้องกับ (บุญเรือง สมประจบ. 2553 : 56-70) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านงาน หัตถกรรมจักสานด้านการผลิตโดยการมีส่วนร่วมนั้น สามารถแบ่งการศึกษาภูมิปัญญาได้ทั้งหมด 8 ด้าน ซึ่งมีด้านที่สำคัญ 5 ด้านได้แก่ ภูมิปัญญาด้านประเภทและรูปแบบของงานจักสาน, ภูมิปัญญา ด้านลวดลายจักสาน, ภูมิปัญญาด้านวัสดุ, ภูมิปัญญาด้านเครื่องมือที่ใช้ในงานจักสาน และภูมิปัญญา พื้นบ้านด้านกระบวนการผลิต และจากการวิจัยพบว่า การทำงานในศูนย์จะใช้ระบบแบ่งงานกันทำ ตามความถนัดเฉพาะบุคคลแล้วนำมาประกอบเป็นชิ้นงานในภายหลัง เพื่อความรวดเร็ว นอกจากนี้ยัง พบว่าคนที่ประกอบอาชีพจักสานไม้ไผ่ในศูนย์ฯ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ แรงงานที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวไม่ นิยมประกอบอาชีพนี้ เนื่องจากได้รับค่าตอบแทนต่ำและขาดความรู้ความชำนาญในการผลิต ซึ่งต่อไป ภูมิปัญญางานจักสานที่ทรงคุณค่าอาจสูญหายไป สอดคล้องกับ (อัญชลี คงทอง. 2553 : 59- 60) พบว่า กลุ่มอาชีพจักสานควรให้ความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพิ่มขึ้น ควรมีการวางแผนสำหรับ การสืบทอดอาชีพจักสาน เพื่อให้กลุ่มคงอยู่ได้ตลอดไป มิฉะนั้นแล้วกลุ่มอาจจะล่มสลาย เพราะงานจัก สานต้องมีการฝึกฝนให้เกิดความชำนาญเป็นการส่งมอบประสบการณ์แล้วสืบทอดให้ลูกหลานรุ่นต่อไป ด้วยการฝึกจนปฏิบัติได้จริง ในส่วนของภูมิปัญญาของลวดลายการสานนั้น ส่วนมากแล้วจะยังใช้ลาย สานโบราณที่สืบทอดต่อกันมาจากอดีต ซึ่งเป็นลวดลายที่คิดค้นขึ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของผู้สาน เป็นหลัก และในปัจจุบันทางศูนย์ฯได้มีการคิดลายประดิษฐ์ขึ้นใช้เอง แต่ยังคงอิงตามแนวคิดสิ่งแวดล้อม รอบตัว เช่นลายคลื่นและลายปลาเป็นต้น โดยมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (พิทักษ์ น้อยวงศ์. 2531 : 41) พบว่า ลายจักสานที่นำมาประกอบเป็นเครื่องจักสานนั้น มักจะได้รับการถ่า ยทอดมาจากบรรพบุรุษตามคตินิยมของคนในท้องถิ่น โดยอาศัยการอ้างอิงลวดลายจากสิ่งแวดล้อม รอบตัว ความสะดวกและความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมภูมิศาสตร์และสังคมนั้นๆ และเนื่องจาก เป็นการทำงานตามความถนัดของตนเอง ผลงานที่ได้จึงมีความละเอียดสวยงาม ประณีต ภูมิปัญญา ด้านวัสดุที่ใช้ ทางศูนย์ฯเลือกใช้ไม้รวกและหวายเป็นวัสดุหลัก โดยคัดเลือกไม้ไผ่ที่แก่พอดี จะได้

ผิวสัมผัสเนื้อเหนียวกำลังดีเป็นมันสวย สอดคล้องกับ (คมเชต เพ็ชรรัตน์. 2561 : 210) ที่กล่าวว่า ในอดีตศูนย์ฯมีการใช้ไผ่สีสุกซึ่งมีมากในพื้นที่ เป็นวัตถุดิบในการผลิต แต่ภายหลังได้มีการเปลี่ยนมาใช้ไผ่ นวลเพราะลำปล้องยาวไม่มีหนามและเนื้อไผ่มีผิวนวลไม่แข็งกระด้างเหมือนไผ่สีสุก เมื่อผ่าและเหลา เป็นที่เรียบริ้วจะซีกเรียดยอด ออกเป็นเส้นขนาด 1-3 มิลลิเมตร เมื่อซีกเรียดยอดเสร็จจะนำไปตาก แดดให้แห้งแล้วจึงนำไปย้อมสี และทำซ้ำจนกว่าจะได้สีที่พอใจตามแบบ จึงนำไปตากแดดจนแห้งสนิท เพื่อเตรียมพร้อมใช้งานสานลายต่อไป เมื่อเสร็จเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานแล้ว จึงนำไปรมควันหรือ เคลือบน้ำมัน เพื่อป้องกันเชื้อราเป็นอันเสร็จสิ้นกระบวนการ การเตรียมวัสดุนี้จึงเป็นขั้นตอนที่ทาง ศูนย์ฯใส่ใจและควบคุมคุณภาพให้ดีที่สุด สอดคล้องกับ (ชมขวัญ บุตรเวียงพันธ์. 2548 : 145) ที่กล่าวว่า การสร้างสรรค์เครื่องจักสานนั้น ต้องให้เกิดคุณค่าทางความงาม และศิลปะเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยต้องพัฒนาตั้งแต่วัตถุดิบให้มีคุณภาพ รูปแบบเทคนิค กรรมวิธีการผลิตที่ใส่ใจ ตลอดจนความมี จิตสำนึกที่ดีของผู้ผลิต จึงส่งผลให้ชิ้นงานมีคุณค่าจิต สอดคล้องกับ (สุภาพร ชาววัง. 2552 : 258-259) พบว่า วัตถุดิบที่ดีจะส่งผลให้เครื่องจักสานมีคุณภาพ ผู้ผลิตต้องมีความรู้ในการคัดเลือกและมีฝีมือ เพื่อให้ได้มาตรฐาน การคัดขนาดเส้นต้องมีคุณภาพ สม่่าเสมอ ต้องอาศัยช่างจักสานผู้มีฝีมือ ความ ขำนาญ และประสบการณ์ ด้วยความใส่ใจคุณภาพของวัตถุดิบและภูมิปัญญาต่างๆของทางศูนย์ฯ เป็น สิ่งที่เหมาะสมแก่การเป็นต้นแบบของกลุ่มหรือศูนย์ฯอื่นต่อไป

### 5.2.3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ที่ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ผู้วิจัยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพื่อตอบสนอง ความต้องการ และความพึงพอใจ โดยการออกแบบให้มีความสัมพันธ์กันทั้งหมดระหว่างการตลาด การออกแบบ และกระบวนการผลิต ซึ่งสิ่งนี้ทำให้เกิดเป็นแนวทางและเงื่อนไขการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สอดคล้องกับความเป็นไปได้ในการผลิต และผลประโยชน์ที่ ได้รับ รวมทั้งสอดคล้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึง อารยธรรม โดยมีวัฒนธรรมเป็นตัวบ่งบอกถึงรสนิยมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ตามการเปลี่ยนแปลงของ สังคมที่แปรผัน ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของระพีพรพรรณ ทองหล่อและคณะฯ (2546 : 29-31) ตามหลักทฤษฎีการจูงใจของแม็กไกร์ดังนี้ 1) ความ ต้องการและความสอดคล้องกันเป็นความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการให้ทุกด้านทุกส่วนของ ตนเอง สอดคล้องกลมกลืนกันและกัน ได้แก่ ทัศนคติ พฤติกรรมการแสดงออกต่างๆ ความคิดเห็น ภาพลักษณ์เกี่ยวข้องกับตนเอง 2) ความต้องการทราบเหตุผลที่ไปที่มาของสิ่งต่างๆ เป็นความต้องการ เพื่อที่จะทราบว่าใครหรืออะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้สิ่งต่างๆเกิดขึ้น และสิ่งที่เกิดขึ้น ส่งผลในทางที่ดี หรือไม่ดีกับตัวเองหรือสิ่งอื่น ๆ อย่างไร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เกษม อมันตกุล. 2546 : 233) รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์มีอยู่มากมาย และมีการพัฒนาต่อเนื่องสม่ำเสมอ บ้างก็อยู่ในกระแสนิยม บ้างก็คลายความนิยม บ้างก็หวนคืนสู่ความนิยมซ้ำตามความสนใจของสังคมในเวลานั้น บน ความหลากหลายในวิถีทางการออกแบบ ทำให้ผลงานที่เกิดจากแนวทางปฏิบัติที่แตกต่างกันนั้น ถูก สร้างสรรค์และคลี่คลายสืบทอดต่อกันมาตามลำดับ เงื่อนไขในการออกแบบจึงมีมาได้จากหลากหลาย ทาง เช่น จากความต้องการของผู้บริโภค การตลาด รูปทรง สี สัน ความมีเอกลักษณ์ และประโยชน์ใช้ สอย ที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นไปของสังคม หรือราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายที่ เป็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ล้วนแล้วแต่นำมาประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบได้ด้วยกัน ทั้งสิ้น การวิจัยในครั้งนี้ จึงได้ผลสรุปการออกแบบผลิตภัณฑ์ มาเป็นลวดลายแผ่นจักสานที่มีความ แปรกและแตกต่าง มีเอกลักษณ์อ้างอิงแนวคิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวในปัจจุบัน โดยนำไปจับคู่กับ

ผลิตภัณฑ์ 3 ประเภทได้แก่ กระเป๋า, รูปภาพประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ(ต่างหู) ซึ่งประเภทของผลิตภัณฑ์นั้น เกิดจากการความประสงค์ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคเอง โดยมุ่งเน้นให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแปลกตา ไม่ซ้ำแบบเดิม นอกจากนี้ลวดลายใหม่ที่ได้ทำการออกแบบไปนั้น ยังสามารถนำไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆได้อีกด้วย

#### 5.2.4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทนั้น มีค่าระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับเหมาะสมมากที่สุด เนื่องด้วยการออกแบบที่ตรงตามแนวทางของความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผลที่ได้จากผลิตภัณฑ์จึงตรงใจกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 83) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นปัจจัยหนึ่งในกระบวนการวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการขยายตลาดสินค้า เป็นการสนองความต้องการใหม่ หรือสร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วน (พินาลิน สาริยา. 2549 : 2) กล่าวว่า การออกแบบลวดลายให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และมีการพัฒนาผันเปลี่ยนไปตามยุคสมัยนั้น มีความสำคัญ เพราะลวดลาย เข้าไปเป็นส่วนประกอบในการสร้างงานแทบทุกประเภท เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องจักสาน ภาชนะ ฯลฯ ดังนั้นลวดลายจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจซื้อ มีความสำคัญในธุรกิจการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะสินค้าที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของ(นวลน้อย บุญวงศ์. 2542 : 133) ที่กล่าวว่า การออกแบบที่มีขั้นตอน หรือกระบวนการอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีการที่ช่วยลดความผิดพลาดในการทำงาน และมีความเหมาะสมกับการแก้ปัญหาในงานออกแบบสมัยใหม่ได้

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการสานไม้ไผ่นั้น สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งการศึกษาจากข้อมูลที่หลากหลายและมากพอจะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปได้อย่างก้าวกระโดด และเนื่องจากสภาพสังคมวิถีชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่สาน จำต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงไปด้วยกัน เพื่อให้ทันต่อความต้องการของมนุษย์

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เรียนรู้และมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ และเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

- องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นควรคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และในส่วนของการออกแบบนั้นควรคำนึงถึงความร่วมสมัยมากกว่าความทันสมัย เนื่องจากความยุคสมัยมีการเปลี่ยนผ่านไป แต่ความร่วมสมัยจะยังคงอยู่ได้อย่างยาวนาน อีกทั้งควรคำนึงถึงข้อจำกัดของวัสดุและความสามารถของช่างผลิตเป็นสำคัญ

- การนำไปใช้งาน เนื่องจากไม้ไผ่สานมีความเปราะบางทางด้านผิวสัมผัส ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องระวังในการใช้งาน การนำสารเคลือบกันน้ำมาทา หรือพ่นเคลือบทับนั้นถือว่าได้ผลที่ดีกว่าการนำพลาสติกใสมาติดทับ เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการทดลองแล้วพบว่า ทำให้ผิวสัมผัส และความมันเงาจากตัววัสดุของผลิตภัณฑ์เสียไป

- การตัดเย็บผลิตภัณฑ์แผ่นลายสานเพื่อประกอบเข้ากับตัวผลิตภัณฑ์อื่นๆ ไม่ควรกลับด้านเพื่อเย็บเนื่องจากจะทำให้ลายสานที่ทำเอาไว้เสียหาย เพราะแรงดึงของวัสดุและความแข็งจึงไม่สามารถใช้วิธีการตัดเย็บแบบกลับด้านเย็บตะเข็บได้ จึงควรวางวิธีตัดเย็บที่เหมาะสมวิธีอื่น

- การเพิ่มยอดขายของสินค้ามีอาจแก้ได้ด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวอาจต้องมีการพัฒนาในส่วนอื่นควบคู่กันไปด้วย อาทิเช่น การประชาสัมพันธ์ที่ดี การจัดโปรโมชั่น หรือแม้กระทั่งการทำการตลาดเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย

- จากผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้นี้ สามารถนำเอากระบวนการหรือผลในการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานด้วยวัสดุอื่นๆได้ แต่ควรที่จะคำนึงถึงคุณสมบัติเฉพาะของวัสดุแต่ละชนิดให้ดีด้วย เนื่องจากวัสดุหรือผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้นมีข้อจำกัดและคุณสมบัติแตกต่างกัน

- การนำเอากระบวนการแบ่งงานกันทำเป็นกลุ่มๆ กลุ่มละขั้นตอน แล้วมารวมกัน แม้จะเป็นที่พึงพอใจของทั้งผู้บริหารงานจักสานและช่างจักสาน เพราะประหยัดค่าใช้จ่าย งานมีคุณภาพและเสร็จเร็วขึ้น แต่วิธีการดังกล่าวหากมองมุมกลับ อาจส่งผลให้ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ จะประสบปัญหาขาดแคลนผู้มีความรอบรู้ที่เข้าใจกระบวนการผลิต และทักษะในการผลิตอย่างครบวงจร ที่จะสามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านนี้ได้ทั้งกระบวนการ ดังนั้นจึงควรมีการจัดเก็บข้อมูลและกรรมวิธีในการทำเครื่องจักสานแบบครบวงจรเอาไว้ โดยละเอียดทุกขั้นตอน

- ปัจจุบันการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุดิบท้องถิ่น ยังขาดองค์ความรู้ที่จะสร้างสรรค์ชิ้นงานให้ดูสากล เข้ากับยุคสมัย หากมีการส่งเสริมทางการออกแบบในระดับอุตสาหกรรม อาจเป็นการช่วยให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมใหม่ที่ดีแก่ผู้บริโภคให้มีเพิ่มมากขึ้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

- ควรมีการวิจัยในเรื่องการย้อมสีไม้ไผ่ให้ได้สีที่ต่างออกไปจากเดิม โดยที่ไม้ไผ่ไม่เกิดการบาง เปราะหรือแตกหักง่าย เนื่องจากในปัจจุบันนิยมใช้สีสำเร็จรูปกันอย่างแพร่หลาย การผสมสีที่แตกต่างออกไปมีน้อยและเป็นการยากแก่กระบวนการผลิต อาทิเช่น สีขาว สีพาสเทล สีหม่น (อมเทา) ยังเป็นกลุ่มโทนสีที่ไม่สามารถผลิตได้

- ควรมีการวิจัยหรือคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ที่เข้ามาเป็นตัวช่วยในขั้นตอนการเตรียมเส้นตอกก่อนการสานให้ได้คุณภาพด้วยเวลาอันสั้น เพื่อลดต้นทุนในและเวลาในการผลิต

- ควรมีการจดบันทึกวิธีการสานลวดลายต่างๆ ให้ละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อป้องกันการสูญหายของลายสาน

- ควรมีการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยคำนึงถึงบริบทในสภาพแวดล้อมนั้นๆ เพื่อให้เข้าถึง เข้าใจ เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดและยั่งยืน

- อาจมีการขยายฐานความรู้ โดยการนำเอาเทคนิคการสานลายแม่บท (ลายขัด) นำมาต่อยอดให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการฝึกสมาธิ ป้องกันภาวะสมองเสื่อมและโรคซึมเศร้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

## บรรณานุกรม

- กรกช คำศรี.2559. **ศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมเครื่องจักสานทะเลน้อย**.วิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรม  
หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- กรมป่าไม้.สำนักวิจัยเศรษฐกิจและผลิตผลป่าไม้. 2547. **การจักสานผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่**. กรุงเทพฯ :  
หจก.อักษรสยามการพิมพ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร.2554. **ไม้เศรษฐกิจ พืชเอกประสงค์**.กรุงเทพฯ :  
กลุ่มส่งเสริมการผลิตไม้ยืนต้น กรมส่งเสริมการเกษตร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556. **ชลบุรี**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เกษร สุนทรเสรี. 2544. **ไผ่ ไม้มหัศจรรย์**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. 2542. **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ความเป็นมา  
ของอำเภอสำคัญในประวัติศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**.  
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- จิรภรณ์ เจริญเดช. 2545. **หัตถกรรมไทย**. ภูมิแผ่นดินไทยเล่มที่สี่. กรุงเทพฯ : จีเอ็ม แม็ก มีเดีย จำกัด.
- เจนจบ ยิ่งสุมล. 2540. **ต้นไผ่ พืชพันธุ์มหัศจรรย์ของโลก**. กรุงเทพฯ : ต้นอ้อ แกรมมี่ จำกัด.
- เจษฎา พัฒรานนท. 2553. **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดยใช้วิธีการวิจัย  
ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษา กลุ่มจักสานใบกระต๊อบลู่ท่งโพธิ์ อำเภอจุฬาภรณ์  
จังหวัดนครศรีธรรมราช**.มปป.คณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัย  
อุบลราชธานี.
- ดา นานาวัน. 2559. **กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เพิ่มความล้ำค่าจากทุน  
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย**. วารสารอุตสาหกรรมสาร ปีที่ 58 (พฤศจิกายน -  
ธันวาคม).
- ตระกูลพันธ์ พัทธเมธา. 2559. **ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกับการพัฒนาสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**.  
วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย ปีที่ 36 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2559.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2542. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธันยมัย เจียรกุล.2557. **ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC**.  
วารสารนักบริหาร ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2557.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2544. **กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้สินค้าของผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ :  
ออฟเซ็ทเพรส.
- นภวรรณ กาจธีระเวคิน. 2547. **การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนและส่วนเหลือการตลาดของ  
เครื่องจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร  
มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤทธิ์ วัฒนภ. 2555. **ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านไทย**. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์.
- นวนน้อย บุญวงศ์. 2540. **หลักการออกแบบ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- นวลลออ ทินานนท์. 2543. ศิลปะพื้นบ้านไทยหนังสือประกอบการสอนคณะศิลปกรรมศาสตร์.  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นัฐธีธรรณซ์ รอดชื่น. 2560. การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิสาหกิจ  
ชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานพื้นบ้าน บ้านดงชะพลู ตำบลบางมะฝ่อ อำเภอโกรกพระ  
จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่  
1 (มกราคม – มิถุนายน).
- นัฐธีธรรณซ์ รอดชื่น. 2560: 12-23 การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น  
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานพื้นบ้าน บ้านดงชะพลู ตำบลบางมะฝ่อ อำเภอ  
โกรกพระจังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ ANU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัย นเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม 2560 - มิถุนายน 2560
- เบญจวรรณ ชิวปรีชาและคณะ. 2557. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยความหลากหลายจุล  
ลักษณะ และคุณสมบัติบางประการของไม้ไผ่ในจังหวัดสระแก้วและจังหวัดปราจีนบุรี  
โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้ มหาวิทยาลัยบูรพา. กรุงเทพฯ
- ประลองพล เกียรติไพบุลย์ผล. 2540. ความคิดเห็นของช่างจักสานไม้ไผ่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง  
รูปแบบเครื่องจักสานไม้ไผ่ ประเภทของใช้ในครัวเรือน ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค  
ตะวันตก. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาศิลปศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิทักษ์ น้อยวังคลัง. 2531. ลายสายไม้ไผ่ในเขตอำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาไทยคดีศึกษา-เน้นมนุษยศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มณฑลี ศาสนนันท์. 2550. เพื่อการสร้างสรรค่นวัตกรรมและวิศวกรรมย้อนรอย. กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มูลนิธิช่างศิลป์ไทย. 2538. รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม  
ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- รุ่งรัตน์ สุขแสง. 2557: 203 – 212.การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน : กรณี  
เครื่องจักสานไม้ไผ่ลายขีดบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัด  
กาฬสินธุ์.ว.มรม. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 : มกราคม - เมษายน  
2557
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548. หลักการและแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : แอ๊ปเปิ้ล  
พรีนติ้งกรุ๊ป จำกัด. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ 2547.
- วัฒน์ วัฒนาพันธ์ และคณะ. 2532. รายงานวิจัยศิลปะพื้นบ้านลานนา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพร์  
พิทยา.
- วินัย วิริยะปานนท์. 2527. เครื่องจักสาน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพร์พิทยา.
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2532. เครื่องจักสานในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส พรีนติ้งเฮ้าส์.  
\_\_\_\_\_. 2532. ศิลปะหัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ : ด่านสุทธาการพิมพ์.  
\_\_\_\_\_. 2539. เครื่องจักสานในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- \_\_\_\_\_ . 2539. ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน . กรุงเทพฯ : คอมแพคพรีน.
- \_\_\_\_\_ . 2540. ชุมมรดกศิลปหัตถกรรมไทย เครื่องจักสานไทย. กรุงเทพฯ : องค์การค้าของ  
ครุสภา.
- \_\_\_\_\_ . 2540. มรดกวัฒนธรรมพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : เอส พี เอฟ พรีนติ้งกรุ๊ป.
- วุฒิชัย วิภาทานัง. 2558 : 67-83 . การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการ  
ส่งออก. วารสารวิจัยและพัฒนาวิจัยและพัฒนายวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาวิทยาศาสตร์  
และเทคโนโลยี ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 มหาวิทยาลัยวไลยอลงกรณ์
- ศักดิ์ชาย สิกขา. 2550. แนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในวิถีชีวิตคนอีสาน. อุบลราชธานี :  
ศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษาทางการอาชีวศึกษาและเทคนิค  
ศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์ฝึกอบรมวศาศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก. 2557. ไม้กับวิถีชีวิตคนไทย :  
องค์ความรู้ และรูปแบบการจัดการของท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : บริษัท ดุมาเยส จำกัด
- ศูนย์วศาศาสตร์ชุมชนเพื่อคนกับป่า. 2557. ไม้กับวิถีชีวิตคนไทย : องค์ความรู้ และ  
รูปแบบการจัดการของท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : ดุมาเยส จำกัด.
- สมชัย เบญจชัย. 2550. ไม้. สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16. กรุงเทพฯ : กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า  
และพันธุ์พืช
- สมชัย เบญจชัย. 2550. ไม้. สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16. กรุงเทพฯ : กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า  
และพันธุ์พืช
- สรารุณี สังข์แก้ว, อัจฉรา ตีระวัฒนานนท์ และกิตติศักดิ์ จินดาวงศ์. 2554. ไม้ในเมืองไทย. กรุงเทพฯ :  
บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- สุจินันท์ ดาวเดือน. 2556. การศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์จากไม้ไผ่ สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่อง  
หอม. วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีที่ 6,  
ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน) : 70-84.
- สุทัศน์ เล้าสกุล และ ญัฐฐากร เสมสันต์. 2556. การขยายพันธุ์ การปลูกและการจัดการสวนไม้  
เศรษฐกิจ. โครงการฟื้นฟูด้านป่าไม้ในพื้นที่ประสบภัยสึนามิ. กรมป่าไม้.
- สุรศักดิ์ พัฒสงค์. 2553. การใช้ประโยชน์และปริมาณของไม้ชางนวล (*Dendrocalamus  
membranaceus* Munro) : กรณีศึกษา ป่าห้วยแม่หิน อำเภองาว จังหวัดลำปาง.  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรศักดิ์ หล่อพทุทธิพงศ์. 2547. ศักยภาพการผลิต การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต  
หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ อำเภอพนสนิมจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์  
มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิวัฒน์ วงศ์รัตน์. 2544. บทเรียนวิถีทัศน์เรื่อง งานหัตถกรรมจากไม้ไผ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุ  
อุดมศึกษิตี สาริบุตร. 2549. เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

วิฑูรย์ ตันศิริคงค. 2542. AHPกระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก. กรุงเทพฯ : กราฟฟิคแอนด์ปรีนติ้ง.

ชัยเชษฐ โสพิมภา. 2558. STP คืออะไร?

<http://thbusinessinfo.blogspot.com/2015/02/stp.html> สืบค้น 14 ตุลาคม 2560

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2549. บทความ: ยุทธศาสตร์การผลิตสินค้า OTOP ตะลุยกโลก.

<http://www.ryt9.com/s/ryt9/80315> สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2560.

T.-F. Bing and P.-X. Zhang, *Japan bamboo industry situation*, *Journal of Bamboo Research*, 22 (2003), pp. 15–17.

## ภาคผนวก

ก หนังสือราชการ

ข เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ค ผลการออกแบบและแบบแสดงการเขียนแบบ

ง หนังสือตอบรับบทความตีพิมพ์งานวิจัย

จ หนังสือการจดสิทธิบัตร

**ภาคผนวก ก**

หนังสือราชการ



ที่ ศธ 0524.04/ 1993

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๕ มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน หัวหน้าช่างจักสาน ศูนย์ส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี

ด้วย นางสาวกมลรัตน์ อัดตฤณโณ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม  
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ ผู้จัดการศูนย์ส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่และ  
หัวหน้าช่างจักสาน เรื่อง กระบวนการผลิต ลักษณะรูปแบบอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาที่รังสรรค์ ขอข้อมูลเกี่ยวกับ  
กระบวนการผลิต ลักษณะรูปแบบอัตลักษณ์จักสานด้วยไม้ไผ่ และขอถ่ายภาพเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและ  
รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของทางศูนย์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญา  
หัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะ  
ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

*สมร อิ่ม*  
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร. 087-681-8787

3 มิถุนายน 2561



ที่ ศธ 0524.04/ 2563

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

2 สิงหาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

เรียน นันทลี นวลอ่อน

ด้วย นางสาวกมลรัตน์ อัดถปัญญา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญา  
หัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์” โดยมี ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์  
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ของ  
นางสาวจุฬาทิพ เจริญเดชเดชากิจ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. โทร. 081-845-9839

ที่ ศธ 0524.04/ 2569



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

2 สิงหาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

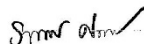
เรียน ดร.ภูงศ์ โรจน์แสงรัตน์

ด้วย นางสาวกมลรัตน์ อัครปัญญา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญา  
หัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์” โดยมี ดร.สุธาสินธุ์ บุรีคำพันธ์  
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ของ  
นางสาวจุฬาทิพ เจริญเดชเดชากิจ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02- 329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร. โทร. 081-845-9839



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 2568 วันที่ 2 สิงหาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดิ์

ด้วย นางสาวกมลรัตน์ อัดถปญโญ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญา  
หัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์” โดยมี ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์  
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมิน  
แบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่าน  
จะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวกมลรัตน์ อัดถปญโญ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบ  
ประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

*Smr. Anu*  
(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

*Anny Jinn*  
๒ ๓๑-๖๑



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 2568 วันที่ 2 สิงหาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

ด้วย นางสาวกมลรัตน์ อัดถปัญญา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญา  
หัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์” โดยมี ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์  
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมิน  
แบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่าน  
จะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวกมลรัตน์ อัดถปัญญา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบท  
ประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

*Smr. ofm*

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ ศธ 0524.04 / 25๐3 วันที่ 2 สิงหาคม 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด

ด้วย นางสาวกมลรัตน์ อัดตปัญญา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญา  
หัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์” โดยมี ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์  
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้  
ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมิน  
แบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่าน  
จะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวกมลรัตน์ อัดตปัญญา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบ  
ประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและ  
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

*Smmr atm*

(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

*atm.*  
ดร.อรรถพร ฤทธิเกิด  
ผู้ประเมินแบบประเมิน

ภาคผนวก ข  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

**แบบสอบถามปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่**  
**การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบ**  
**ผลิตภัณฑ์**

---

**วัตถุประสงค์ในการวิจัยมีดังนี้ คือ**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่ในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักรสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นมาใหม่

**คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม**

แบบสอบถามครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลการทำวิจัยหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีความประสงค์ที่จะศึกษาความต้องการ และปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่

**แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ส่วนเพื่อง่ายต่อการประมวลผล**

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ทศคติและความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการด้านองค์ประกอบของลวดลายจักสานด้วยไม้ไผ่

ตอนที่ 4 แบบสอบถามถึงแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ท่านจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่อย่างใดและผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้การร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาว กมลรัตน์ อัดตปัญญา

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความตามสถานะของท่าน

1. เพศ  
 หญิง                       ชาย
2. อายุ  
 20 – 30 ปี     31 – 40 ปี     41 – 50 ปี     51 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ  
 โสด                       สมรส / อยู่ด้วยกัน                       หย่าร้าง
4. การศึกษา  
 ต่ำกว่าปริญญาตรี     ปริญญาตรี     ปริญญาโท     ปริญญาเอก  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. อาชีพ  
 นักเรียน / นักศึกษา                       ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ                       พนักงานบริษัทเอกชน  
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ                       เกษียณอายุ                       แม่บ้าน/พ่อบ้าน  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
 20,000-45,000 บาท                       40,000-60,000 บาท  
 60,001-80,000 บาท                       80,001ขึ้นไป

### ตอนที่ 2 ทศคติและความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงตามความต้องการของท่านเพียงข้อเดียว

1. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หรือไม่  
 รู้จัก                       ไม่รู้จัก
2. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หรือไม่  
 เคย                       ไม่เคย
3. ท่านรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่จากสิ่งใด  
 ลวดลายการสานที่สวยงาม  
 เอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์  
 แข็งแรงและคงทน  
 สีสนสวยงาม
4. ท่านมีทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่จัดจำหน่ายในปัจจุบันอย่างไร  
 โบราณ                       อมตะ หรือ คลาสสิก                       ร่วมสมัย  
 ทันสมัย                       ล้าสมัย

5. หากมีการพัฒนารูปแบบตามที่ท่านต้องการแล้ว ท่านจะเลือกซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่หรือไม่

- ใช่  
 ไม่ใช่  
 ไม่แน่ใจ

6. หากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแบบที่ต้องการ ท่านมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่อย่างไร

- ซื้อเพื่อเป็นของฝาก  
 ซื้อเพื่อนำไปใช้เอง  
 ซื้อเพื่อสะสม/ประดับตกแต่ง  
 ซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึก

7. ประเภทของผลิตภัณฑ์ใดที่ท่านต้องการซื้อใช้มากที่สุด หากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่แล้ว

- กระเป๋า  
 รูปภาพประดับตกแต่ง  
 เครื่องประดับ (ต่างหู)  
 ที่รองแก้ว ที่รองจาน  
 ตะกร้า (เล็ก-กลาง-ใหญ่)  
 ถาดไม้ไผ่ (เล็ก-กลาง-ใหญ่)  
 เคสมือถือ  
 พัด

8. ท่านมีความต้องการให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่จะพัฒนาในอนาคตออกมาในแนวทางใด

- มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยแตกต่างไปจากเดิม  
 มีรูปแบบลวดลายสานที่แปลกใหม่  
 มีสีสันสดใส  
 มีรูปแบบที่เรียบง่าย  
 รูปแบบดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการด้านองค์ประกอบของลวดลายจักสานด้วยไม้ไผ่

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงตามความต้องการของท่านเพียงข้อเดียว

1. ลักษณะของรูปร่าง รูปทรงที่อยากให้มีปรากฏในลวดลาย

- รูปทรงเรขาคณิต  
 รูปทรงอินทรี  
 รูปทรงอิสระ

## 2. รูปแบบของตลาดที่คุณชอบ

- เหมือนจริง  
 ตัดทอน  
 สร้างสรรค์

## 3. ลักษณะของสีที่คุณชอบ

- สีโทนร้อน  
 สีโทนเย็น  
 ชอบทั้งสีโทนร้อนและสีโทนเย็น

ตอนที่ 4 แบบสอบถามถึงแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงตามความต้องการของท่านเพียงข้อเดียว

1. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ ของท่านมากที่สุด

- ตัวเอง  
 คู่ครอง  
 บุคคลในครอบครัว  
 เพื่อน  
 พนักงานขาย  
 ดารา-นักร้อง/บุคคลที่ตนเองชื่นชอบ  
 ครู-อาจารย์/บุคคลที่นับถือ

2. แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่

(ในกรณีที่ ท่านต้องซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ท่านให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในแต่ละข้ออย่างไร )

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ โดยลำดับคำตอบมีสัญลักษณ์ทศนิยมดังนี้

5 = มากที่สุด      4 = มาก      3 = ปานกลาง      2 = น้อย      1 = น้อยที่สุด

คำถาม	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่</b>					
1. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี					
2. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการ					
3. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
4. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่สวยงาม ทันสมัย					
5. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางสังคม (ได้รับการยอมรับในสังคม)					
6. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
7. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะต้องการใช้ตามกระแสนิยม					
8. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะต้องการสนับสนุนงานฝีมือชุมชน					
9. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะมีผู้แนะนำให้ใช้					
10. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะความประทับใจจากการเคยใช้ผลิตภัณฑ์					
11. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะความต้องการเป็นจุดเด่น ผู้นำเทรนด์ เช่น ชอบและซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำแบบใคร โดยไม่คำนึงถึงราคา					
12. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะนำไปใช้เป็นของขวัญ / ของที่ระลึก					
13. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะต้องการให้สังคม / กลุ่มเพื่อนยอมรับ					
14. แรงจูงใจที่ท่านเลือกซื้อเพราะชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์					

### 3. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานด้วยไม้ไผ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ โดยลำดับคำตอบมีสัญลักษณ์ความหมายดังนี้

5 = มากที่สุด      4 = มาก      3 = ปานกลาง      2 = น้อย      1 = น้อยที่สุด

คำถาม	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้อย่างไรในการตัดสินใจซื้อ</b>					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>2. ความแปลกใหม่ของ การออกแบบมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>3. ประโยชน์ใช้สอยตรงกับความต้องการมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>4. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>5. ความสวยงาม, โดดเด่นของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>6. ผลิตภัณฑ์ผลิตจำนวนไม่มาก, ไม่ซ้ำมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>7. สีสีนของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>8. มีหลายขนาดให้เลือกมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>9. การดูแลรักษามีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>10. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางสังคมมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>11. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียด ข้อบ่งใช้ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>12. ชื่อเสียงของผู้ผลิตมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> </ol>					
<b>ด้านราคา ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้อย่างไรในการตัดสินใจซื้อ</b>					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>2. ราคาเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเองมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>3. ราคาเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้งานมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>4. ราคาไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>5. มีหลายราคาให้เลือกตามประเภทสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>6. สินค้าที่มีคุณภาพสูงต้องมีราคาแพงมีผลต่อการเลือกซื้อ</li> <li>7. ราคาสามารถต่อรองได้มีผลต่อการเลือกซื้อ</li> </ol>					

คำถาม	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้อย่างไรในการตัดสินใจซื้อ</b>					
1. สามารถเลือกซื้อได้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการเลือกซื้อ 2. สามารถเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ 3. สามารถเลือกซื้อได้จากร้านจำหน่ายที่อยู่ใกล้ หาซื้อได้สะดวกมีผลต่อการเลือกซื้อ 4. สามารถเลือกซื้อหรือสั่งซื้อสินค้าได้ทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ 5. สามารถเลือกซื้อจากงานแสดงสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อ					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้อย่างไรในการตัดสินใจซื้อ</b>					
1. มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขายมีผลต่อการเลือกซื้อ 2. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมีผลต่อการเลือกซื้อ 3. มีส่วนลด หรือโปรโมชั่นที่หลากหลายมีผลต่อการเลือกซื้อ 4. มีบริการการจัดส่งฟรีมีผลต่อการเลือกซื้อ 5. การจัดงานและออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ 6. การให้บุคคลที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์จริงมาเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อ					

ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีขายในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าเหตุผลใดที่สินค้าหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ไม่ได้รับความนิยม (ไม่ซื้อ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าวัสดุใดมีความเหมาะสมในการนำมาใช้เป็นวัสดุร่วมกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน  
ด้วยไม้ไผ่

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

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

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

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถาม

## แบบสอบถามความพึงพอใจ

เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

ในหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง :

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์

ผู้วิจัย : นางสาวกมลรัตน์ อัดตปัญญา

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ ฉะนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านได้ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และตอบให้ครบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- คะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมระดับมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมระดับมาก
- คะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมระดับปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมระดับน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมระดับน้อยที่สุด

โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ท่านจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่อย่างใดและผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้การร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาว กมลรัตน์ อัดตปัญญา

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความตามสถานะของท่าน

#### 7. เพศ

หญิง                       ชาย

#### 8. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี     21 – 30 ปี     31 – 40 ปี     41 – 50 ปี     51 ปีขึ้นไป

#### 9. สถานภาพ

โสด                       สมรส / อยู่ด้วยกัน                       หย่าร้าง

#### 10. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี     ปริญญาตรี     ปริญญาโท     ปริญญาเอก

อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 11. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา     ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ     พนักงานบริษัทเอกชน

ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ     เกษียณอายุ     แม่บ้าน/พ่อบ้าน

อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 12. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 20,000 บาท     20,000-45,000 บาท     45,001-65,000 บาท

65,001-80,000 บาท     80,001-100,000 บาท     100,001 บาทขึ้นไป




### ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ให้เหมาะกับยุคสมัยและสอดคล้องกับปัจจัยทางการตลาด

คำชี้แจง : พิจารณาผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ และทำเครื่องหมาย (✓ )

ลงในช่องระดับคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตามลำดับความเหมาะสม 5 มากที่สุด, 4 มาก, 3 ปานกลาง , 2 น้อย และ 1 น้อยที่สุด

รายการประเมินความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า	ระดับความคิดเห็น														
	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลวดลายสวยงาม น่าใช้															
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์จกสานที่มีอยู่เดิม															
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน															
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจักสานได้เป็นอย่างดี															
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความเหมาะสม															
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต															
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม															
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน															
รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น														

ผลิตภัณฑ์ประเภทรูปภาพระดับตกแต่ง															
	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลวดลายสวยงาม น่าใช้															
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์จัสานที่มีอยู่เดิม															
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน															
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจัสานได้เป็นอย่างดี															
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความเหมาะสม															
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต															
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม															
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน															

รายการประเมินความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ(ต่างหู)	ระดับความคิดเห็น														
	ต่างหูเม็ดเดี่ยว					ต่างหูหมุดวงกลม					ต่างหูห้วงดาว				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลวดลายสวยงาม น่าใช้															
2. ผลิตภัณฑ์ทันสมัย มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์จกสานที่มีอยู่เดิม															
3. ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับการใช้งาน															
4. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบใหม่ยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมจักสานได้เป็นอย่างดี															
5. มีการเลือกใช้วัสดุประกอบที่มีความเหมาะสม															
6. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ละเอียด ประณีต															
7. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม															
8. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นใหม่นี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน															

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถาม

**แบบสอบถาม ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ**  
**เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน**

ในหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง :

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์  
 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์

ผู้วิจัย : นางสาวกมลรัตน์ อัดตปัญญา

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อออกแบบ  
 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน

ฉะนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านได้ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และตอบให้ครบทุก

ข้อโดยทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน  
 ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าเป็นเหมาะสมระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าเป็นเหมาะสมระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าเป็นเหมาะสมระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าเป็นเหมาะสมระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าเป็นเหมาะสมระดับน้อยที่สุด

โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ท่านจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่อย่าง  
 ใดและผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้การร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาว กมลรัตน์ อัดตปัญญา

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดกรอกข้อมูลของท่าน

1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. ตำแหน่ง.....
3. สถานที่ทำงาน.....
- .....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

ตอนที่ 2 : ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่  
ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องระดับคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยเทียบ  
จากแบบร่างจำนวน 3 แบบที่ได้แนบมาด้วย

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- |                 |                  |                        |
|-----------------|------------------|------------------------|
| คะแนน 5 หมายถึง | มีความคิดเห็นว่า | เหมาะสมระดับมากที่สุด  |
| คะแนน 4 หมายถึง | มีความคิดเห็นว่า | เหมาะสมระดับมาก        |
| คะแนน 3 หมายถึง | มีความคิดเห็นว่า | เหมาะสมระดับปานกลาง    |
| คะแนน 2 หมายถึง | มีความคิดเห็นว่า | เหมาะสมระดับน้อย       |
| คะแนน 1 หมายถึง | มีความคิดเห็นว่า | เหมาะสมระดับน้อยที่สุด |

1. ตารางผลการประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋าที่เหมาะสม

รายการประเมินแบบร่างรูปทรงกระเป๋า	การประเมินความเหมาะสม																													
	กระเป๋ากลม					กระเป๋าคล้องแขน					กระเป๋าหิ้ว					กระเป๋าหูหิ้ว					กระเป๋าทรงถัง									
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1					
1. ความสวยงาม น่าใช้																														
2. ความแปลกใหม่ ทันสมัย																														
3. ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย																														
4. ความเหมาะสมของการนำลายสานมาใช้																														
เรียงลำดับความเหมาะสม 3 อันดับ																														

2. ตารางประเมินความเหมาะสมของลวดลายไม้ไผ่สานที่ได้ออกแบบเพื่อทำผลิตภัณฑ์กระเป๋า

การประเมินความเหมาะสม																									
ประเมินความเหมาะสมของ ลวดลายไม้ไผ่สานที่ได้ ออกแบบเพื่อทำผลิตภัณฑ์ กระเป๋า	ลายทุ่งนา					ลายประตูจีน					ลายปล้อด					ลายรั้ว					ลายถนน				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ลายสานมีความสวยงาม มี จุดเด่น																									
2. ลายสานมีความแปลกใหม่ ทันสมัย																									
3. ลายสานมีความเหมาะสม กับผลิตภัณฑ์																									
4. ลายสานสามารถสร้าง มูลค่า(ราคา)ให้ผลิตภัณฑ์																									
เรียงลำดับความเหมาะสม 3 อันดับ																									

## 3. ตารางผลการประเมินแบบร่างรูปทรงเครื่องประดับ (ต่างหู) ที่เหมาะสม

รายการประเมินแบบร่าง เครื่องประดับ(ต่างหู)	การประเมินความเหมาะสม																								
	ต่างหูเม็ดเดี่ยว					ต่างหูหมุดกลม					ต่างหูห้วงดาว					ต่างหูสามเหลี่ยม					ต่างหูวง				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ความสวยงาม น่าใช้																									
2. ความแปลกใหม่ ทันสมัย																									
3. ความเหมาะสมของ ประโยชน์ใช้สอย																									
4. ความเหมาะสมของการนำ ลายสานมาใช้																									
เรียงลำดับความเหมาะสม 3 อันดับ																									

4. ตารางประเมินความเหมาะสมของลวดลายไม้ไผ่สานที่ได้ออกแบบเพื่อทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (ต่างหู)

การประเมินความเหมาะสม																									
ประเมินความเหมาะสมของลวดลายไม้ไผ่สานที่ได้ออกแบบเพื่อทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ (ต่างหู)	ลายทุ่งนา					ลายประตูจีน					ลายปล้อด					ลายรั้ว					ลายถนน				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ลายสานมีความสวยงาม มีจุดเด่น																									
2. ลายสานมีความแปลกใหม่ทันสมัย																									
3. ลายสานมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์																									
4. ลายสานสามารถสร้างมูลค่า(ราคา)ให้ผลิตภัณฑ์																									
เรียงลำดับความเหมาะสม 3 อันดับ																									

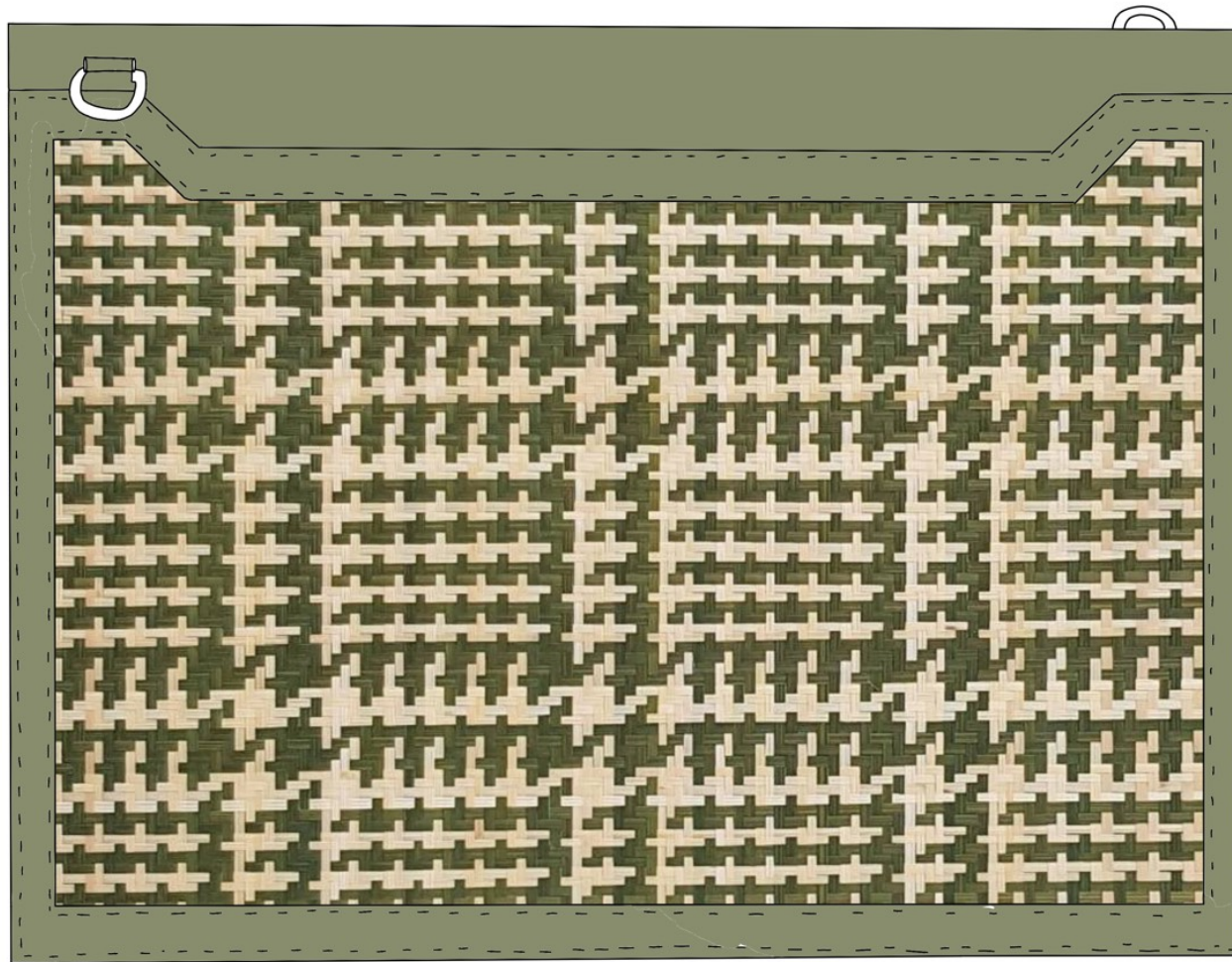
5. ตารางประเมินความเหมาะสมของลวดลายไม้ไผ่สานที่ได้ออกแบบเพื่อทำผลิตภัณฑ์รูปภาพตกแต่งผนัง

การประเมินความเหมาะสม																									
ประเมินความเหมาะสมของลวดลายไม้ไผ่สานที่ได้ออกแบบเพื่อทำผลิตภัณฑ์รูปภาพตกแต่งผนัง	ลายทุ่งนา					ลายประตูจีน					ลายปล้อด					ลายรั้ว					ลายถนน				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ลายสานมีความสวยงาม มีจุดเด่น																									
2. ลายสานมีความแปลกใหม่ทันสมัย																									
3. ลายสานมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์																									
4. ลายสานสามารถสร้างมูลค่า(ราคา)ให้ผลิตภัณฑ์																									
เรียงลำดับความเหมาะสม 3 อันดับ																									

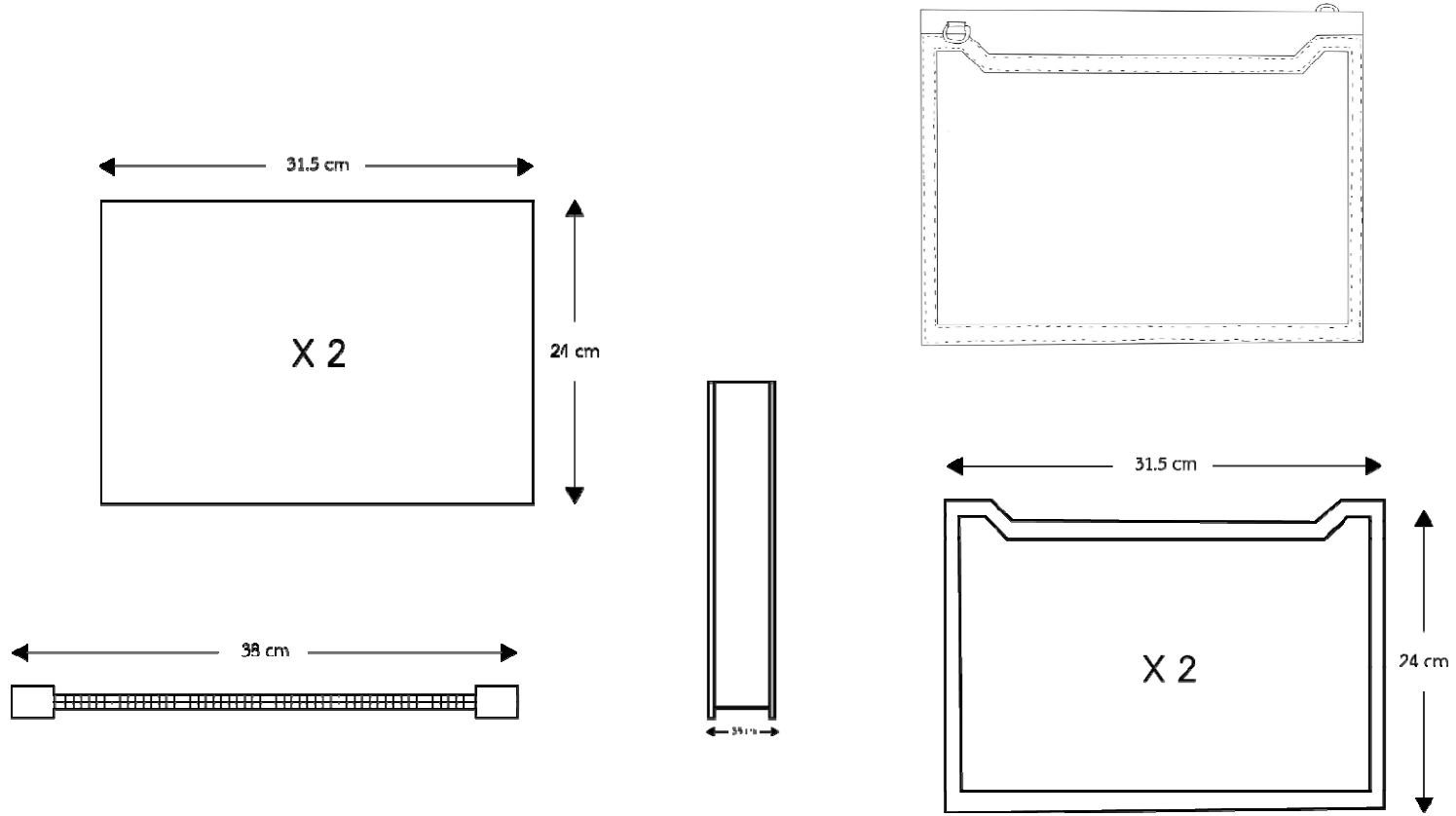


### ภาคผนวก ค

ผลการออกแบบและแบบแสดงการเขียนแบบเพื่อการผลิต



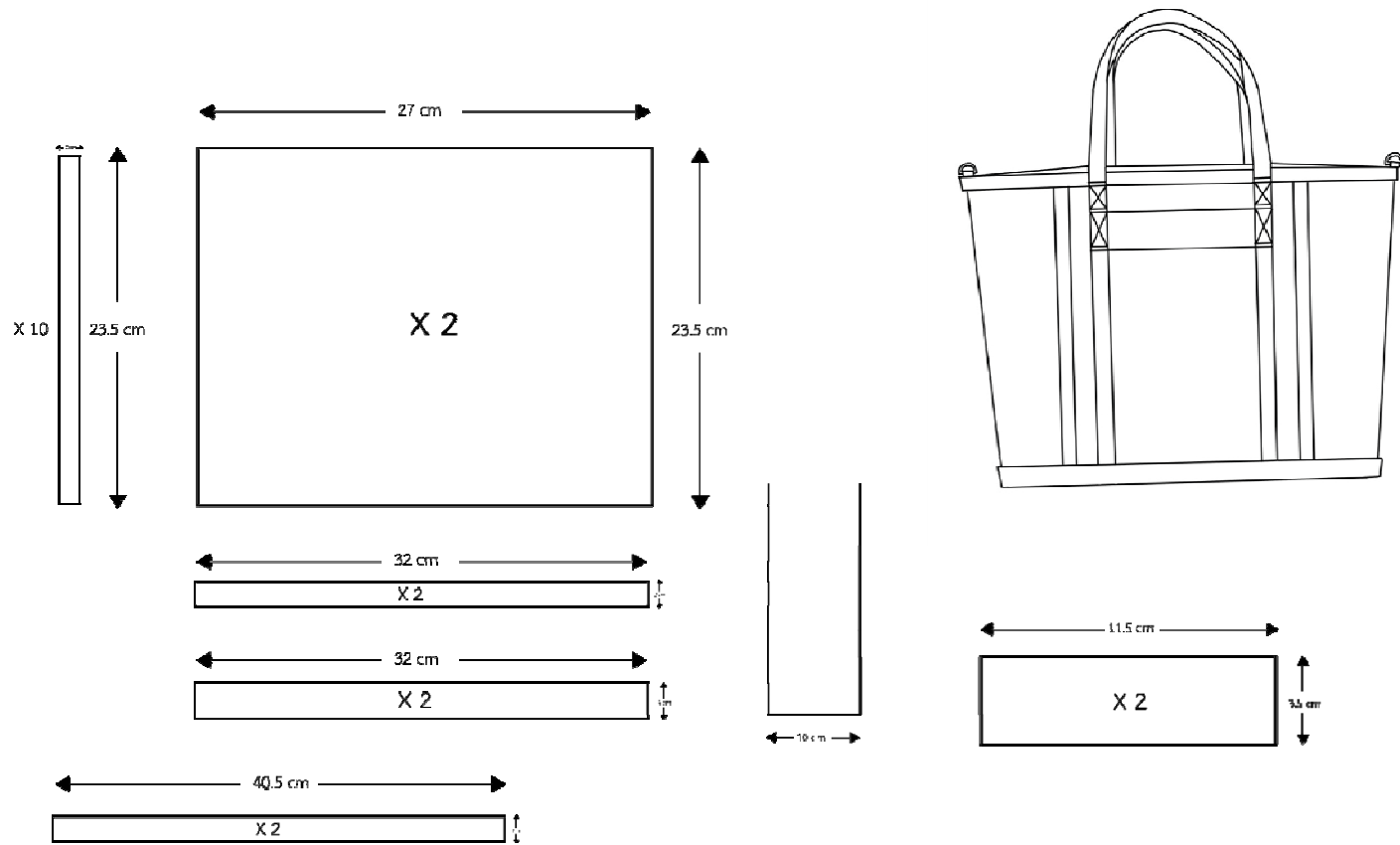
ภาพที่ ค.1 ภาพกราฟิกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ประเภทกระเป๋า (แบบหนัง)



ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ (กระเป๋าทรงหนังสือ)	Unit	scale
กมลรัตน์ อุตตปัญญา	mm.	1:1



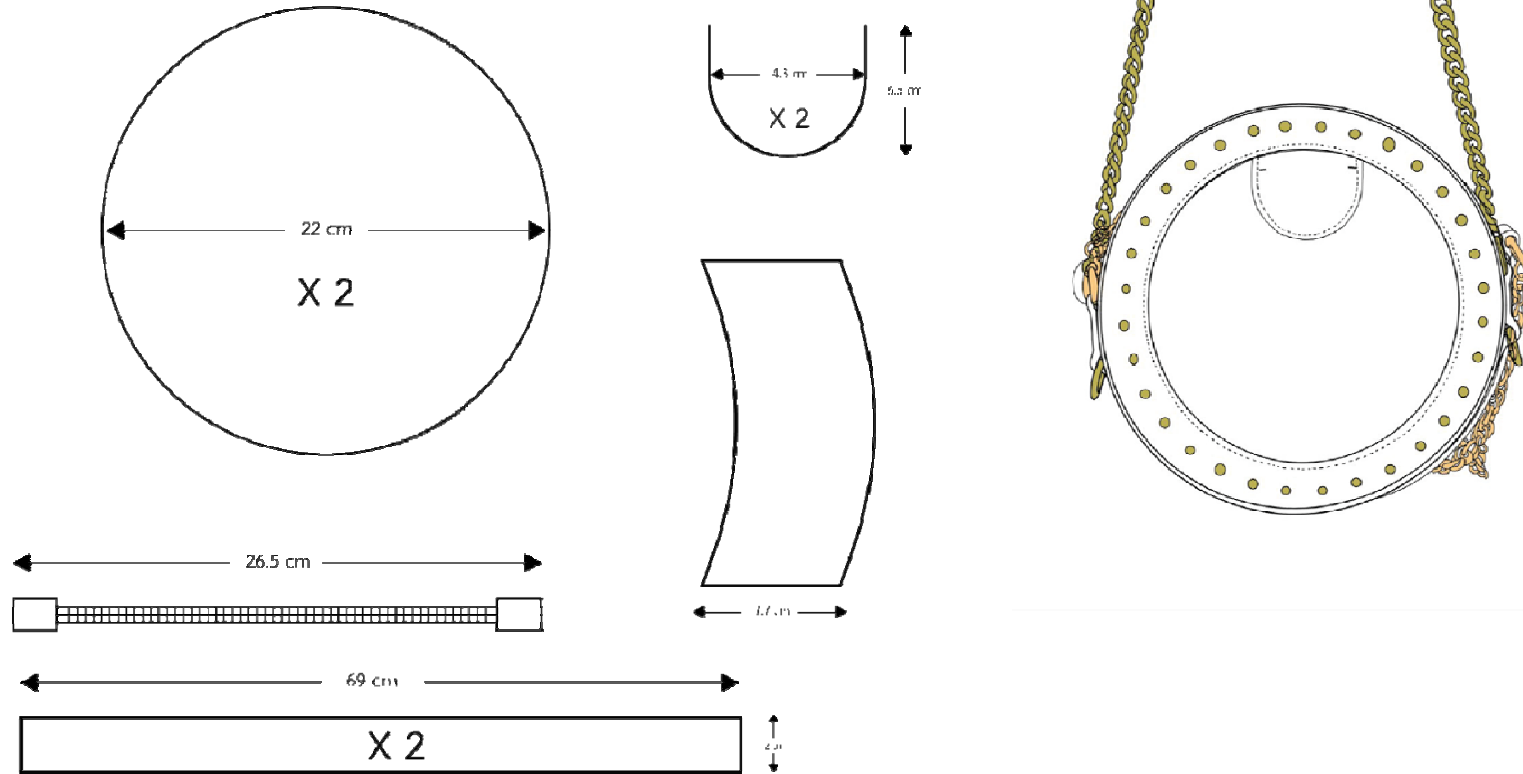
ภาพที่ ค.2 ภาพกราฟิกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ประเภทกระเป๋า (แบบหูหิ้ว)



<p>ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ (กระเป๋าทรงหูหิ้ว)</p>	<p>Unit</p>	<p>scale</p>
<p>กมลรัตน์ อัดตปัญญา</p>	<p>mm.</p>	<p>1:1</p>



ภาพที่ ค.3 ภาพกราฟิกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ ประเภทกระเป๋า (แบบสะพายข้าง)



<p>ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ (กระเป๋าสะพายข้าง)</p>	<p>Unit</p>	<p>scale</p>
<p>กมลรัตน์ อัดตปัญญา</p>	<p>mm.</p>	<p>1:1</p>

**ภาคผนวก ง**  
หนังสือตอบรับบทความตีพิมพ์งานวิจัย



ที่ ศธ 0524.04(1.9)/0028

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1 แขวงลาดกระบัง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

11 มีนาคม 2562

**เรื่อง** รับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม

**เรียน** อาจารย์สุธาสินี บุรีคำพันธ์ และนางสาวกมลรัตน์ อัดตปัญญา

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ **ประเภทบทความวิจัย** เพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม ทางกองบรรณาธิการวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม และผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาแล้ว บทความของท่านสามารถตีพิมพ์ในวารสารดังกล่าวได้ในปีที่ 18 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2562 โดยมีชื่อเรื่อง และรายชื่อผู้เขียนบทความตามรายละเอียดนี้

การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาที่ดัดแปลงเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์  
A STUDY OF FACTORS AND LOCAL HANDICRAFT WISDOM OF  
BAMBOO WICKERWORK FOR PRODUCT DESIGN

สุธาสินี บุรีคำพันธ์\* และกมลรัตน์ อัดตปัญญา

Kamolratana Attabhanyo, and Suthasini Bureekhampun

oobibizz@live.com, and suthasini.bu@kmitl.ac.th

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

Department of Technology of Product Design, Faculty of Industrial Education and Technology  
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok 10520 Thailand

\*Corresponding Author E-mail: suthasini.bu@kmitl.ac.th Tel.08-1559-5622

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เคนพันค้อ)

บรรณาธิการ

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 0 2329 8000 ต่อ 3720

โทรสาร. 0 2329 8435

(ใบรับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ฉบับนี้เป็นฉบับจริงไม่มีการถ่ายสำเนา)

ภาคผนวก จ  
หนังสือการจดสิทธิบัตร

# สำเนา

แบบ สป/สผ/อสป/001-ก  
หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า



## คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

- การประดิษฐ์
- การออกแบบผลิตภัณฑ์
- อนุสิทธิบัตร

ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้  
ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522  
แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535  
และ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542

### สำหรับเจ้าหน้าที่

วันรับคำขอ <b>- 4 S.A. 2561</b>	เลขที่คำขอ <b>1802005264</b>
วันยื่นคำขอ	
สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา
วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
ลายมือชื่อเจ้าหน้าที่	

- ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายแผ่นจักสาน
- คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอลำดับที่  
ในจำนวน คำขอ ที่ยื่นในคราวเดียวกัน
- ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร  บุคคลธรรมดา  นิติบุคคล  หน่วยงานรัฐ  มูลนิธิ  อื่นๆ  
ชื่อ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ที่อยู่ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1  
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย  
อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip\_kmitl@hotmail.com  
 เลขประจำตัวประชาชน  เลขทะเบียนนิติบุคคล  เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0 9 9 4 0 0 0 1 6 0 6 2 3  เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)  
ในกรณีที่มาตรา สี่สารกับท่าน ท่านสะดวกใช้ทาง  อีเมลผู้ขอ  อีเมลตัวแทน
- สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร  
 ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ  ผู้รับโอน  ผู้ขอรับสิทธิโดยเหตุอื่น
- ตัวแทน (ถ้ามี)  
ชื่อ นางสาวณิชา สิบสุข  
ที่อยู่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1  
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย  
อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip\_kmitl@hotmail.com  
เลขประจำตัวประชาชน 3 1 1 9 9 0 0 0 9 2 7 6 1  เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)
- ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์  ชื่อและที่อยู่เดียวกับผู้ขอ  
ชื่อ นางสาวสุธาสินี บุรีคำพันธ์  
ที่อยู่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1  
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย  
อีเมล -  
เลขประจำตัวประชาชน 3 5 0 9 9 0 1 2 1 4 2 4 6  เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)
- คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม  
ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ถือว่าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร  
เลขที่ \_\_\_\_\_ วันยื่น \_\_\_\_\_ เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ  
 คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง  ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ  ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ


หมายเหตุ ในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับข้อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียด เพิ่มเติมดังกล่าวด้วย

สำหรับเจ้าหน้าที่

จำแนกประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	<input type="checkbox"/> กลุ่มวิศวกรรม	<input type="checkbox"/> กลุ่มเคมี	สิทธิบัตรการออกแบบ	อนุสิทธิบัตร
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมีเทคนิค)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 1)	<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (วิศวกรรม)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ปิโตรเคมี)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)	<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (เคมี)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3)	
		สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)		

แบบ สป/สพ/อสป/001-ก (ใบต่อ)

หน้า 2 ของจำนวน 2 หน้า

8. การยื่นคำขออนุญาตนำเข้า <input type="checkbox"/> PCT				<input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแนบ)
วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญลักษณ์จำแนกการประติษระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				
8.4 <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอสิทธิให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนี้ในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย <input type="checkbox"/> ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ <input type="checkbox"/> ขอยื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้				
9. การแสดงการประติษหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงการประติษที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด วันแสดง _____ วันเปิดงานแสดง _____ ผู้จัด _____				
10. การประติษเกี่ยวกับจุลชีพ				
10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ		10.2 วันที่ฝากเก็บ		10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ
11. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วันนับจากวันยื่นคำขอนี้ โดยขอยื่นเป็นภาษา <input type="checkbox"/> อังกฤษ <input type="checkbox"/> ฝรั่งเศส <input type="checkbox"/> เยอรมัน <input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น <input type="checkbox"/> อื่นๆ				
12. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบดีประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตรนี้ หลังจากวันที่ <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ใช้รูปเขียนหมายเลข _____ ในการประกาศโฆษณา				
13. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย			14. เอกสารประกอบคำขอ	
ก. แบบพิมพ์คำขอ	3	หน้า	<input type="checkbox"/> เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	
ข. รายละเอียดการประติษ หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์	-	หน้า	<input type="checkbox"/> หนังสือรับรองการแสดงการประติษ/การออกแบบผลิตภัณฑ์	
ค. ข้อถ้อยสิทธิ	1	หน้า	<input checked="" type="checkbox"/> หนังสือมอบอำนาจ	
ง. รูปเขียน	-	รูป -	<input type="checkbox"/> เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ	
จ. ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์	-	รูป -	<input type="checkbox"/> เอกสารการขอรับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย	
<input checked="" type="checkbox"/> รูปเขียน	1	รูป	1	หน้า
<input type="checkbox"/> ภาพถ่าย	-	รูป	-	หน้า
ฉ. บทสรุปการประติษ	-	-	-	หน้า
14. เอกสารประกอบคำขอ <input type="checkbox"/> เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input type="checkbox"/> หนังสือรับรองการแสดงการประติษ/การออกแบบผลิตภัณฑ์ <input checked="" type="checkbox"/> หนังสือมอบอำนาจ <input type="checkbox"/> เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ <input type="checkbox"/> เอกสารการขอรับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย <input type="checkbox"/> เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ <input checked="" type="checkbox"/> เอกสารอื่นๆ สัญญาโอนสิทธิ สำเนาคำสั่งฯ แต่งตั้งผู้อำนวยการ				
15. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า <input checked="" type="checkbox"/> การประติษนี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน <input type="checkbox"/> การประติษนี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก				
16. ลายมือชื่อ <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input checked="" type="checkbox"/> ตัวแทน				
 (นางสาวณิชา สิบสุข)				

หมายเหตุ บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประติษหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ได้ใบซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร  
ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ






8. การยื่นคำขออนุญาตนำเข้า <input type="checkbox"/> PCT				<input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)
วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				
8.4 <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอสิทธิให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนี้ในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย <input type="checkbox"/> ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ <input type="checkbox"/> ขอยื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้				
9. การแสดงการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงการประดิษฐ์ที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด				
วันแสดง		วันเปิดงานแสดง		ผู้จัด
10. การประดิษฐ์เกี่ยวกับจุลชีพ				
10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ		10.2 วันที่ฝากเก็บ		10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ
11. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วัน นับจากวันยื่นคำขอนี้ โดยขอเป็นภาษา <input type="checkbox"/> อังกฤษ <input type="checkbox"/> ฝรั่งเศส <input type="checkbox"/> เยอรมัน <input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น <input type="checkbox"/> อื่นๆ				
12. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบดีประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตรนี้ หลังจากวันที่ <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ใช้รูปเขียนหมายเลข <input type="checkbox"/> ในการประกาศโฆษณา.				
13. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย				14. เอกสารประกอบคำขอ
ก. แบบพิมพ์คำขอ	3	หน้า	<input type="checkbox"/> เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	
ข. รายละเอียดการประดิษฐ์ หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์	-	หน้า	<input type="checkbox"/> หนังสือรับรองการแสดงผลการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์.	
ค. ข้อถ้อยสิทธิ	1	หน้า	<input checked="" type="checkbox"/> หนังสือมอบอำนาจ	
ง. รูปเขียน	-	รูป	<input type="checkbox"/> เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ	
จ. ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์	-	รูป	<input type="checkbox"/> เอกสารการขอรับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย	
<input checked="" type="checkbox"/> รูปเขียน	1	รูป	<input type="checkbox"/> เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ	
<input type="checkbox"/> ภาพถ่าย	-	รูป	<input checked="" type="checkbox"/> เอกสารอื่นๆ สัญญาโอนสิทธิ สำเนาคำสั่งฯ แต่งตั้งผู้อำนวยการ	
ฉ. บทสรุปการประดิษฐ์	-	หน้า		
15. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า <input checked="" type="checkbox"/> การประดิษฐ์นี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน <input type="checkbox"/> การประดิษฐ์นี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก				
16. ลายมือชื่อ <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input checked="" type="checkbox"/> ตัวแทน				
 ( นางสาวณิชา สิบสุข )				

หมายเหตุ บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ได้ไปซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



 <b>คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร</b> <input type="checkbox"/> การประดิษฐ์ <input checked="" type="checkbox"/> การออกแบบผลิตภัณฑ์ <input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร  ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542	สำหรับเจ้าหน้าที่	
	วันรับคำขอ - 4 ส.ค. 2561	เลขที่คำขอ
	วันยื่นคำขอ	1802005266
	สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
	ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา	
วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	
ลายมือชื่อเจ้าหน้าที่		
1. ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายแผ่นจักสาน		
2. คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอระดับที่ ในจำนวน คำขอ ที่ยื่นในคราวเดียวกัน		
3. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input type="checkbox"/> บุคคลธรรมดา <input type="checkbox"/> นิติบุคคล <input checked="" type="checkbox"/> หน่วยงานรัฐ <input type="checkbox"/> มูลนิธิ <input type="checkbox"/> อื่นๆ		3.1 สัญชาติ ไทย
ชื่อ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง		3.2 โทรศัพท์ 0 2329 8212 กต 30
ที่อยู่ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1		3.3 โทรสาร 0 2329 8212 กต 1
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย		
อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip_kmitl@hotmail.com		
<input type="checkbox"/> เลขประจำตัวประชาชน <input type="checkbox"/> เลขทะเบียนนิติบุคคล <input checked="" type="checkbox"/> เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0 9 9 4 0 0 0 1 6 0 6 2 3 <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)		
ในกรณีที่มีการฯ สือสารกับท่าน ท่านสะดวกใช้ทาง <input type="checkbox"/> อีเมลผู้ขอ <input checked="" type="checkbox"/> อีเมลตัวแทน		
4. สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input type="checkbox"/> ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ <input checked="" type="checkbox"/> ผู้รับโอน <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิโดยเหตุอื่น		
5. ตัวแทน (ถ้ามี) ชื่อ นางสาวณิชา สืบสุข		5.1 ตัวแทนเลขที่ 2218
ที่อยู่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักบริหารงานวิจัยและนวัตกรรมฯ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1		5.2 โทรศัพท์ 0 2329 8212 กต 30
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย		5.3 โทรสาร 0 2329 8212 กต 1
อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip_kmitl@hotmail.com		
เลขประจำตัวประชาชน 3 1 1 9 9 0 0 0 9 2 7 6 1 <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)		
6. ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ <input type="checkbox"/> ชื่อและที่อยู่เดียวกับผู้ขอ ชื่อ นางสาวธาสินี บุรีคำพันธ์ ที่อยู่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1 ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย อีเมล - เลขประจำตัวประชาชน 3 5 0 9 9 0 1 2 1 4 2 4 6 <input checked="" type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)		
7. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ถือว่าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร เลขที่ วันยื่น เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ <input type="checkbox"/> คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง <input type="checkbox"/> ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ <input type="checkbox"/> ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ		
หมายเหตุ ในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับชื่อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียดเพิ่มเติมดังกล่าวด้วย		
สำหรับเจ้าหน้าที่		
จำแนกประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input type="checkbox"/> กลุ่มวิศวกรรม	<input type="checkbox"/> กลุ่มเคมี	สิทธิบัตรการออกแบบ
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมีเทคนิค)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 1)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ปิโตรเคมี)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3)
	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)	อนุสิทธิบัตร
		<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (วิศวกรรม)
		<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (เคมี)





สำเนา

แบบ สป/สผ/อสป/001-ก  
หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า

## คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

- การประดิษฐ์  
 การออกแบบผลิตภัณฑ์  
 อนุสิทธิบัตร

ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้  
ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522  
แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535  
และ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542

สำหรับเจ้าหน้าที่

วันรับคำขอ - 4 ส.ก. 2561	เลขที่คำขอ
วันยื่นคำขอ	1802005267
สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา
วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
ลายมือชื่อเจ้าหน้าที่	

1. ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายแผ่นจักสาน

2. คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอลำดับที่  
ในจำนวน คำขอ ที่ยื่นในคราวเดียวกัน

3. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร  บุคคลธรรมดา  นิติบุคคล  หน่วยงานรัฐ  มูลนิธิ  อื่นๆ

ชื่อ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ที่อยู่ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1  
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย

อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip\_kmitl@hotmail.com

เลขประจำตัวประชาชน  เลขทะเบียนนิติบุคคล  เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0 9 9 4 0 0 0 1 6 0 6 2 3  เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)

ในกรณีที่ยกรงฯ สื่อสารกับท่าน ท่านสะดวกใช้ทาง  อีเมล  อีเมลตัวแทน

4. สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร **ตามกฎหมายว่าด้วยสิทธิบัตร พ.ศ. ๒๕๔๑** **จำกัดด้วยอัตราค่าธรรมเนียมและค่าธรรมเนียม**  
 ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ  ผู้รับโอน  ผู้ขอรับสิทธิโดยเหตุอื่น

5. ตัวแทน (ถ้ามี)

ชื่อ นางสาวณิชา สีปสุข

ที่อยู่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักบริหารงานวิจัยและนวัตกรรมฯ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1

ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย

อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip\_kmitl@hotmail.com

เลขประจำตัวประชาชน 3 1 1 9 9 0 0 0 9 2 7 6 1  เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)

6. ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์  ชื่อและที่อยู่เดียวกับผู้ขอ

ชื่อ นางสาวสุธาสิณี บุรีคำพันธุ์

ที่อยู่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1

ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย

อีเมล -

เลขประจำตัวประชาชน 3 5 0 9 9 0 1 2 1 4 2 4 6  เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)

7. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม

ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ถือว่าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร  
เลขที่ วันยื่น เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ

คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง  ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ  ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ

หมายเหตุ ในกรณีที่มีอายุระบายนละเอียดครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับข้อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียดเพิ่มเติมดังกล่าวด้วย  
สำหรับเจ้าหน้าที่

จำแนกประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	<input type="checkbox"/> กลุ่มวิศกรรม	<input type="checkbox"/> กลุ่มเคมี	สิทธิบัตรการออกแบบ	อนุสิทธิบัตร
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมีเทคนิค)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมี)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 1)	<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (วิศวกรรม)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)	<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (เคมี)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3)	

แบบ สป/สผ/อสป/001-ก (ใบต่อ)

หน้า 2 ของจำนวน 2 หน้า

8. การยื่นคำขออนุญาตนำเข้า <input type="checkbox"/> PCT				<input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ดังแนบ)
วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญลักษณ์จำแนกการประติษฐานระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				
8.4 <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอสิทธิให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนี้ในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย <input type="checkbox"/> ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ <input type="checkbox"/> ขอยื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้				
9. การแสดงการประติษฐานหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงการประติษฐานที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด วันแสดง วันเปิดงานแสดง ผู้จัด				
10. การประติษฐานเกี่ยวกับจุลชีพ				
10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ		10.2 วันที่ฝากเก็บ		10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ
11. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วัน นับจากวันยื่นคำขอนี้ โดยขอยื่นเป็นภาษา <input type="checkbox"/> อังกฤษ <input type="checkbox"/> ฝรั่งเศส <input type="checkbox"/> เยอรมัน <input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น <input type="checkbox"/> อื่นๆ				
12. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบดีประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตรนี้ หลังจากวันที่ <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ใช้รูปเขียนหมายเลข ในการประกาศโฆษณา				
13. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย				
ก. แบบพิมพ์คำขอ	3	หน้า		
ข. รายละเอียดการประติษฐาน หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์	-	หน้า		
ค. ข้อถ้อยสิทธิ	1	หน้า		
ง. รูปเขียน	-	รูป		
จ. ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์				
<input checked="" type="checkbox"/> รูปเขียน	1	รูป	1	หน้า
<input type="checkbox"/> ภาพถ่าย	-	รูป	-	หน้า
ฉ. บทสรุปการประติษฐาน	-		-	หน้า
14. เอกสารประกอบคำขอ				
<input type="checkbox"/> เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร				
<input type="checkbox"/> หนังสือรับรองการแสดงการประติษฐาน/การออกแบบผลิตภัณฑ์				
<input checked="" type="checkbox"/> หนังสือมอบอำนาจ				
<input type="checkbox"/> เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ				
<input type="checkbox"/> เอกสารการขอรับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย				
<input type="checkbox"/> เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ				
<input checked="" type="checkbox"/> เอกสารอื่นๆ สัญญาโอนสิทธิ สำเนาคำสั่งฯ แต่งตั้งผู้อำนวยการ				
15. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า				
<input checked="" type="checkbox"/> การประติษฐานนี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน				
<input type="checkbox"/> การประติษฐานนี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก				
16. ลายมือชื่อ				
<input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input checked="" type="checkbox"/> ตัวแทน				
(  นางสาวณิชา สิบสุข )				


หมายเหตุ บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประติษฐานหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ได้ไปซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร  
ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



## สำเนา

แบบ สป/สพ/อสป/001-1  
หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า

 <b>คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร</b> <input type="checkbox"/> การประดิษฐ์ <input checked="" type="checkbox"/> การออกแบบผลิตภัณฑ์ <input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร  ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542		สำหรับเจ้าหน้าที่	
		วันรับคำขอ - 4 ส.ค. 2561	เลขที่คำขอ 1802005268
		วันยื่นคำขอ	
		สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
		ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
		วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา
		วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
		ลายมือชื่อเจ้าหน้าที่	
1. ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายแผ่นจักสาน			
2. คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอลำดับที่ ในจำนวน คำขอ ที่ยื่นในคราวเดียวกัน			
3. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input type="checkbox"/> บุคคลธรรมดา <input type="checkbox"/> นิติบุคคล <input checked="" type="checkbox"/> หน่วยงานรัฐ <input type="checkbox"/> มูลนิธิ <input type="checkbox"/> อื่นๆ		3.1 สัญชาติ ไทย	
ชื่อ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง		3.2 โทรศัพท์ 0 2329 8212 กด 30	
ที่อยู่ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1		3.3 โทรสาร 0 2329 8212 กด 1	
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย			
อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip_kmitl@hotmail.com			
<input type="checkbox"/> เลขประจำตัวประชาชน <input type="checkbox"/> เลขทะเบียนนิติบุคคล <input checked="" type="checkbox"/> เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร		0 9 9 4 0 0 0 1 6 0 0 6 2 3 <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)	
ในกรณีที่มีการทำ สือสารกับท่าน ท่านสะดวกใช้ทาง <input type="checkbox"/> อีเมลผู้ขอ <input checked="" type="checkbox"/> อีเมลตัวแทน			
4. สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <b>ตามกฎหมายว่าด้วย พ.ศ. ๒๕๕๗ ว่าด้วยบัตรคำขอรับสิทธิบัตรออกวันคุ้มครองแบบ</b> <input type="checkbox"/> ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ <input checked="" type="checkbox"/> ผู้รับโอน <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิโดยพฤตินัย			
5. ตัวแทน (ถ้ามี)		5.1 ตัวแทนเลขที่ 2218	
ชื่อ นางสาวณิชา สิบสุข		5.2 โทรศัพท์ 0 2329 8212 กด 30	
ที่อยู่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักบริหารงานวิจัยและนวัตกรรมฯ เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1		5.3 โทรสาร 0 2329 8212 กด 1	
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย			
อีเมล kmitl.tlo@gmail.com, ip_kmitl@hotmail.com			
เลขประจำตัวประชาชน 3 1 1 9 9 0 0 0 9 2 7 6 1 <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)			
6. ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ <input type="checkbox"/> ชื่อและที่อยู่เดียวกับผู้ขอ			
ชื่อ นางสาวสุรานิษฐ์ บุรีคำพันธุ์			
ที่อยู่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1			
ตำบล/แขวง ลาดกระบัง อำเภอ/เขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520 ประเทศ ไทย			
อีเมล -			
เลขประจำตัวประชาชน 3 5 0 9 9 0 1 2 1 4 2 4 6 <input checked="" type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)			
7. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม			
ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ถือว่าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร			
เลขที่ วันยื่น เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ			
<input type="checkbox"/> คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง <input checked="" type="checkbox"/> ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ <input type="checkbox"/> ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ			
หมายเหตุ ในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับข้อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียด เพิ่มเติมดังกล่าวด้วย			
สำหรับเจ้าหน้าที่			
จำแนกประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร			
<input type="checkbox"/> กลุ่มวิศวกรรม	<input type="checkbox"/> กลุ่มเคมี	สิทธิบัตรการออกแบบ	อนุสิทธิบัตร
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (วิศวกรรม)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เคมีเทคนิค)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 1)	<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (วิศวกรรม)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไฟฟ้า)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ปิโตรเคมี)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2)	<input type="checkbox"/> อนุสิทธิบัตร (เคมี)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ฟิสิกส์)	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เทคโนโลยีชีวภาพ)	<input type="checkbox"/> สิทธิบัตรการออกแบบ (ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3)	
	สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (เภสัชภัณฑ์)		

8. การยื่นคำขออนุญาตนำเข้า <input type="checkbox"/> PCT				<input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแนบ)
วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				
8.4 <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอสิทธิให้ถือว่าได้ยื่นคำขอในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย <input type="checkbox"/> ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ <input type="checkbox"/> ขอยื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้				
9. การแสดงการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงการประดิษฐ์ที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด วันแสดง วันเปิดงานแสดง ผู้จัด				
10. การประดิษฐ์เกี่ยวกับจุลชีพ				
10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ		10.2 วันที่ฝากเก็บ		10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ
11. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วัน นับจากวันยื่นคำขอนี้ โดยขอเป็นภาษา <input type="checkbox"/> อังกฤษ <input type="checkbox"/> ฝรั่งเศส <input type="checkbox"/> เยอรมัน <input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น <input type="checkbox"/> อื่นๆ				
12. ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้ตีพิมพ์ประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตรนี้ หลังจากวันที่ <input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ใช้รูปเขียนหมายเลข ในการประกาศโฆษณา				
13. คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย				
ก. แบบพิมพ์คำขอ	3	หน้า	14. เอกสารประกอบคำขอ	
ข. รายละเอียดการประดิษฐ์ หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์	-	หน้า	<input type="checkbox"/> เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	
ค. ข้อถ้อยสิทธิ	1	หน้า	<input type="checkbox"/> หนังสือรับรองการแสดงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์	
ง. รูปเขียน	-	รูป	<input checked="" type="checkbox"/> หนังสือมอบอำนาจ	
จ. ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์	-	รูป	<input type="checkbox"/> เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ	
<input checked="" type="checkbox"/> รูปเขียน	1	รูป	<input type="checkbox"/> เอกสารการขอรับวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย	
<input type="checkbox"/> ภาพถ่าย	-	รูป	<input type="checkbox"/> เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ	
ฉ. บทสรุปการประดิษฐ์	-	หน้า	<input checked="" type="checkbox"/> เอกสารอื่นๆ สัญญาโอนสิทธิ สำเนาคำสั่งฯ แต่งตั้งผู้อำนวยการ	
15. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า				
<input checked="" type="checkbox"/> การประดิษฐ์นี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน				
<input type="checkbox"/> การประดิษฐ์นี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก				
16. ลายมือชื่อ				
<input type="checkbox"/> ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร <input checked="" type="checkbox"/> ตัวแทน				
(  นางสาวณิชา สืบสุข )				

หมายเหตุ บุคคลที่ยื่นขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ได้ใบซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร  
ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	กมลรัตน์ อัดตปัญญา
วัน เดือน ปีเกิด	25 มกราคม 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะวิจิตรศิลป์ ประกาศนียบัตร Ic Nagoya Language School (Japanese)
ประวัติการทำงาน	Graphic Designer : บริษัท Digital Zoo co.ltd (Chiangmai) Corporate Senior Design : Asiasoft Corporation (Bangkok) Art Director : KOS Design (Bangkok) Art Director : Havas Worldwide (Singapore) Barback/Bartender : Gaburichicken (Japan) Assistants Food and Beverage Manager and Corporate Graphic Designer : The Houben Hotel (Krabi, Lanta : Thailand) ปัจจุบัน : ธุรกิจส่วนตัว