



แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง
ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

คมเขต เพ็ชรรัตน์
ศิริพันธ์ มิ่งขวัญ
อุทัยวรรณ ประสงค์เงิน

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



DESIGN FOR FURNITURE WOVEN FROM SEDGE PAENG GROUP,
SUB DISTRICT PAENG, AMPHOE KOSUM PHISAI MAHASARAKHAM.

KHOMKHATE PEDCHARAT
SIRIPHAN MINGKWAN
UTHAIWAN PRASONGNGOEN

THIS REPORT IS FUNDED BY FACULTY OF ARCHITECTURE AND DESIGN,
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON, FISCAL YEAR 2018

ชื่อเรื่อง: แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย: คมเขต เพ็ชรรัตน์ ศิริพันธ์ มิ่งขวัญและอุทัยวรรณ ประสงค์เงิน

พ.ศ.: 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพงตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวน 50 คนและคนในท้องถิ่นจำนวน 50 คน ที่ต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพงตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความต้องการด้านต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .964 วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าฐานนิยม และแบบสอบถาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก ทั้งในขั้นตอนการประเมินทางเลือกและในขั้นตอนการประเมินเปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม โดยแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .830 และ .784 ตามลำดับ วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ชนิด Dependent Sample

ผลการวิจัยสรุปว่า

1. ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกแนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านาย ผู้ใหญ่ที่นับถือ และแนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว
2. กลุ่มเป้าหมายเลือกผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกในแนวทางที่ 3
3. กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกรูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิมในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจมากกว่ารูปแบบเดิมในเกือบทุกด้านและเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกใหม่มีประสิทธิภาพการใช้งานได้มากกว่าเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกรูปแบบเดิม

Research Title: Design for Furniture Woven from Sedge Paeng Group, Sub District Paeng, Amphoe Kosum Phisai Mahasarakham.

Author: Khomkhate Pedcharat, Siriphan Mingkwan and Uthaiwan Prasongnoen.

Academic Year: 2018

Abstract

The purposes of this research were to Design for Furniture Woven from Sedge Paeng Group, Sub District Paeng, Amphoe Kosum Phisai Mahasarakham.

Sample group in research is foreign tourists 50 people and Local people 50 people. Wants to buy processed of products processed Furniture Woven from Sedge Paeng Group, Sub District Paeng, Amphoe Kosum Phisai Mahasarakham. Tool used in research is a questionnaire want side different of the target audience have confidence equal to .964 statistical analysis was performed by percentage. Average mode and questionnaire to evaluate satisfaction in the field of use and in marketing processed products from Furniture Woven from Sedge Paeng in the process evaluation choice and in the evaluation process, compare with the original souvenirs by the questionnaire 2 copies have confidence equal to .830 and .784 respectively. Statistical analysis was performed by means of percentage mean and test the hypothesis with the t-test statistic type Dependent Sample.

The research concludes that.

1. The processed product design for furniture woven from reeds method 1 suitable for buying relatives brethren. Method 2 Method 3 suitable for buying boss adults and Method 2 suitable for buying in the family.

2. Select target group the processed product design for furniture woven from reeds in method 3.

3. The target group is satisfied in processed products design for furniture woven from reeds the new model is more than the original model on all sides. Statistically significant at the .05 level vendors are more satisfied than the original model in almost every aspect and processed products design for furniture woven from reeds powerful new applications rather than processed products, woven from reeds original.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเล่มนี้เกิดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางและสร้างแรงกระตุ้นของทุกคนในสังคมให้ตระหนักถึงแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม หรือส่วนอื่น ๆ

การวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการสนับสนุนทุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ขอขอบพระคุณ นายธานี สุคนธชาติ คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ บุคลากรคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครทุกท่านที่ให้การสนับสนุนเป็นกำลังใจตลอดการทำวิจัยและขอบคุณพี่ ป่า น้ำ อาทัก ๆ ท่านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสละเวลาในการทดสอบเป็นอย่างดี ตลอดจนขอขอบคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวไว้ในที่นี้

ท้ายสุดคุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นแนวทางเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์แปรรูปจักสานจากต้นกก เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบต่อไป

คมเขต เพ็ชรรัตน์และคณะ



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	5
1.4 ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัยสมมุติฐาน.....	6
1.5 คำสำคัญ (keywords) ของโครงการวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น การเผยแพร่ในวารสาร จดสิทธิบัตรฯ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	9
1.7 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม.....	11
2.2 เครื่องจักรสานต้นกก.....	35
2.3 เฟอร์นิเจอร์.....	45
2.4 ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน.....	54
2.5 กลุ่มเป้าหมาย.....	62
2.6 เงื่อนไขทางการตลาด.....	67
2.7 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	74
2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	81
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	83
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	83
3.2 เครื่องมือในการวิจัย.....	84
3.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป.....	84
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	85

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	85
3.6 จัดทำรายงานและเผยแพร่ผลงานและข้อมูลการวิจัย.....	86
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
4.1 ผลการเก็บข้อมูลการออกแบบ.....	87
4.2 สรุปแนวทางการออกแบบตามขอบเขตการออกแบบ.....	90
4.3 แนวคิดในการออกแบบ.....	98
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	103
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	103
5.2 อภิปรายผล.....	106
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	108
บรรณานุกรม.....	110
ภาคผนวก ก แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	
แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	
แบบสอบถามเพื่อประเมินผลงานออกแบบ	
แบบสำรวจผลิตภัณฑ์/และสภาพการจำหน่าย	
แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย	
ภาคผนวก ข การลงพื้นที่เก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก	
กลุ่มอาชีพบ้านแพง	
ภาคผนวก ค ประวัตินักวิจัย	

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 4.1	การจัดลำดับความสำคัญของคุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์ตามที่ กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนาปรับปรุงในแต่ละแนวทางการออกแบบ.....	89
ตารางที่ 4.2	สรุปแนวทางการใช้ รูปแบบ ลวดลายและสีสันทัน ของผลงานออกแบบ เฟอร์นิเจอร์.....	89
ตารางที่ 4.3	แสดงค่าปริมาณการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ทั้ง 3 ทางเลือกของ กลุ่มเป้าหมาย.....	92
ตารางที่ 4.4	การประเมินระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ใน แนวทางที่ 3	93
ตารางที่ 4.5	การประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่าย ในรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ใหม่ หลังการพัฒนาปรับปรุงกับผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ	98
ตารางที่ 4.6	ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	99
ตารางที่ 4.7	การประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ แปรรูปใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบเดิม ในด้านต่าง ๆ.....	101

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1.1	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์.....2
ภาพที่ 2.1	บึงต้นกกบ้านแพง.....14
ภาพที่ 2.2	ศูนย์เรียนรู้ผลิตภัณฑ์เสื่อกกบ้านแพง จำหน่ายสินค้าและศูนย์ OTPO บ้านแพง.....17
ภาพที่ 2.3	ตัดต้นกกสด และคัดเลือกต้นกกที่มีขนาดเท่ากันไว้ด้วยกันหรือเรียกว่า “การทอน”19
ภาพที่ 2.4	นำต้นกกที่คัดแล้วมาฉีกให้เป็นเส้นเล็กโดยใช้มีดที่มีปลายแหลมคม.....19
ภาพที่ 2.5	นำเส้นกกที่สอยแล้วมาตากแดดให้แห้ง.....20
ภาพที่ 2.6	นำเส้นกกที่สอยซึ่งตากแห้งแล้วมามัดรวมเป็นมัด ๆ.....20
ภาพที่ 2.7	เส้นกกที่แห้งนำมาย้อมสี.....21
ภาพที่ 2.8	เส้นกกที่ย้อมสีเสร็จนำมาล้างน้ำ.....21
ภาพที่ 2.9	เส้นกกที่นำมาตากแดดให้แห้ง.....22
ภาพที่ 2.10	ภาษาอีสานเรียก กางโอง หรือ การทอมือ.....23
ภาพที่ 2.11	โลโก้เบนซ์.....30
ภาพที่ 2.12	โลโก้ธนาคารไทยพาณิชย์ SCB.....31
ภาพที่ 2.13	เสื่อปูพื้น.....42
ภาพที่ 2.14	เสื่อพับ และเบาะรองนั่ง.....42
ภาพที่ 2.15	รางวัลจกสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง.....54
ภาพที่ 2.16	เสื่อกกทอมือแบบมีลายและไม่มีลาย.....55
ภาพที่ 2.17	เสื่อกกทอมือแบบมีลายกุ้นขอบ.....55
ภาพที่ 2.18	เบาะรองนั่งสมาธิเสื่อกกและเสื่อกกทอด้วยเครื่องไม่มีลายแบบบุฟองน้ำและกุ้นขอบ.....56
ภาพที่ 2.19	พวงกุญแจเสื่อกกและกระเป๋าตังค์เสื่อกก.....57
ภาพที่ 2.20	กล่องใส่กระดาษทิชชูเสื่อกกทอมือ.....58
ภาพที่ 2.21	กล่องใส่กระดาษทิชชูเสื่อกกทอเครื่อง.....58
ภาพที่ 2.22	กระเป๋าเสื่อกกทรงต่าง ๆ.....59
ภาพที่ 2.23	การจัดวางสินค้าและกระเป๋าเสื่อกกภายในร้าน.....60
ภาพที่ 2.24	รองเท้าเสื่อกก.....61

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.25 การจัดวางสินค้าเสื่อกกภายในร้าน 2.....	61
ภาพที่ 4.1 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 1.....	95
ภาพที่ 4.2 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 2.....	96
ภาพที่ 4.3 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 3.....	97



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดมหาสารคาม “เมืองมหาสารคาม” ถือว่าเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ และยาวนานมาหลายร้อยปี เพราะได้พบหลักฐานทางโบราณคดีที่ได้รับอิทธิพลทางพุทธศาสนาตั้งแต่สมัยคุปตะตอนปลาย และปลลวะของอินเดีย โดยพบหลักฐานเป็นพระยืนกั้นทรวงวิชัย พระพิมพ์ดินเผา ตลอดจนพระบรมสารีริกธาตุ นอกจากนั้นแล้วยังได้รับอิทธิพลของศาสนาพราหมณ์ผ่านทางชนชาติขอม ในรูปแบบสมัยลพบุรี เช่น กุสันตรัตน์ กุบ้านเขวา กุบ้านแดง และคูอื่น ๆ รวมไปถึงจนถึงเทวรูป และเครื่องปั้นดินเผาของขอมอยู่ตามผิวดินทั่ว ๆ ไป จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่ตอนกลางของภาคอีสาน มีชนหลายเผ่า เช่น ชาวไทยพื้นเมืองพูดภาษาอีสาน ชาวไทยย้อ และชาวผู้ไท ประชาชนส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา ปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี "ฮีตสิบสอง" ประกอบอาชีพด้านกสิกรรมเป็นส่วนใหญ่ ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายมีการไปมาหาสู่กัน ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันตามแบบของคนอีสานทั่วไป

บ้านแพงตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ตั้งหมู่บ้านเมื่อประมาณ พ.ศ. 2369 ในสมัยรัชกาลที่ 3 มีราษฎร 2 กลุ่มมาตั้งหมู่บ้าน กลุ่มแรกมาจากบ้านจิ้งจิว และบ้านโนน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดมหาสารคาม ในปัจจุบันอพยพมา 15 ครอบครัว ผู้เป็นหัวหน้าฝ่ายชาย คือ ญาพ่อเฒ่าสุริโย หัวหน้าฝ่ายหญิง คือ ญาแม่เฒ่าใหญ่พันธ์ มาตั้งหมู่บ้านอยู่ทางทิศตะวันออกของหมู่บ้าน แต่ตั้งชื่อตามต้นไม้ชนิดหนึ่ง คือ ต้นแพง เป็นไม้ยืนต้น มีลักษณะลำต้น และใบเหมือนต้นพลวง (ต้นกุง) เพราะมีต้นแพง (ชื่อต้นไม้) ขึ้นหนาแน่นเป็นป่าบริเวณที่ตั้งหมู่บ้าน จึงเรียกว่า "บ้านแพง" ต่อมาราษฎรอีกกลุ่มหนึ่งอพยพมาจากบ้านท่าสวนยา อยู่ทางทิศเหนือริมฝั่งบึง มาอยู่ทางทิศตะวันตกของหมู่บ้านแพงเดิม ผู้เป็นหัวหน้าคือพ่ออุปฮาด อพยพมา 20 ครอบครัว ทั้ง 2 กลุ่มจึงรวมกันเข้าเป็นบ้านแพง อาชีพหลักของประชาชน คือ ทำนารองลงมา คือ การทอเสื่อกก และที่เหลือเป็นการประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป โดยมากหลังฤดูเก็บเกี่ยว ชาวบ้านจะออกไปหางานทำที่อื่น

ชุมชนแพงเป็นชุมชนที่เน้นการทอเสื่อกกมาตั้งแต่อดีต ผลิตภัณฑ์ของบ้านแพงนั้น ได้รับการปรับปรุงให้มีความทันสมัยทั้งในเรื่องรูปแบบ และลวดลาย ทำให้บ้านแพง กลายเป็นหมู่บ้าน OTOP ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู้งักกันดีในด้านผลิตภัณฑ์เสื่อกกทั้งจากใน และต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งศึกษาดูงานในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงส่งผลให้เกิดโฮมสเตย์ขึ้นเพื่อไว้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้พักอาศัยเรียนรู้วิถีชีวิต และร่วมทำกิจกรรมต่าง



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยวที่ได้มาศึกษาเรียนรู้ดูงานการทอเสื่อกก และการแปรรูปเสื่อกกจะพักค้างแรมที่โฮมสเตย์บ้านแพง ชาวบ้านแพงนับถือศาสนาพุทธทุกหลังคาเรือน วัดจึงเป็นจุดศูนย์กลางในการประกอบทางศาสนา พระสงฆ์เป็นตัวเชื่อมให้ทุกคนได้มาร่วมทำบุญกันที่วัด ศาสนาเป็นการรวมประชาชนที่มีความเชื่อเหมือนกันเข้าด้วยกันกลายเป็นระบบความเชื่อแล้วประกอบพิธีกรรมร่วมกัน ศาสนาจึงเป็นศูนย์รวมน้ำใจ ประชาชนจนกลายเป็นพลังแห่งความสามัคคีความเชื่อ และการประกอบพิธีกรรมมีหลายอย่าง เช่น ความเชื่อเรื่องบุญเบิกฟ้า และการประกอบพิธีกรรมบุญเบิกฟ้า ความเชื่อเรื่องผีปูดตา และพิธีกรรมเลี้ยงผีปูดตา ซึ่งชาวบ้านมีความเชื่อว่ถ้าหากมีการประกอบพิธีกรรมที่ถูกต้องจะทำให้ชาวบ้านอยู่เย็นเป็นสุข ฝนฟ้าตกถูกต้องตามฤดูกาลมีความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ธัญญาหาร

แหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ประกอบด้วย บึงบ้านแพง วัดชัยมงคล และวัดชัยประสิทธิ์

กิจกรรม และการบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชน

- ประเพณี-พิธีกรรม ประเพณีของชุมชนชาวบ้านแพงยึดถือปฏิบัติตามประเพณี 12 เดือน เดือน 1 บุญเข้ากรรม เดือน 2 บุญคุณลาน เดือน 3 บุญข้าวจี เดือน 4 บุญผะเหวด เดือน 5 ตรุษสงกรานต์ เดือน 6 บุญบั้งไฟ เดือน 7 บุญซำอะ เดือน 8 เข้าพรรษา เดือน 9 บุญข้าวประดับดิน เดือน 10 บุญข้าวสาก เดือน 11 ออกพรรษา เดือน 12 บุญกฐิน นักท่องเที่ยวในช่วงเดือนไหนตรงกับการจัดงานอะไรก็จะได้ร่วมกับกิจกรรมในงานบุญนั้น

- ภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานศิลปหัตถกรรม ชาวบ้านแพงสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากบรรพบุรุษสมัยปู่ ย่า ตายาย คือ การทอเสื่อพัฒนาเป็นศิลปหัตถกรรมอันล้ำค่าเป็นสินค้ามรดกทางวัฒนธรรมของบ้านแพงจนทำให้เสื่อกกมีความโด่งดัง และสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านแพงเป็นอย่างมากทำให้มีผู้มาศึกษาดูงานมาเรียนรู้การทอเสื่อกกมากมาย จึงเกิดการบริการด้านการท่องเที่ยวขึ้นและจัดรูปแบบการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน

- กิจกรรมการชมแปลงกก บนเนื้อที่ 200 ไร่ ที่หนองแวง หนองแวงเป็นที่สาธารณะของชุมชน ซึ่งเป็นหนองน้ำที่รองรับน้ำจากบึงแพง ถ้าบึงแพงมีน้ำมากเกินไปน้ำก็จะระบายผ่านฝายน้ำล้นลงหนองแวงเป็นประโยชน์ในการปลูกกก เป็นอย่างมาก ผู้นำหมู่บ้านได้จัดสรรพื้นที่หนองแวงให้ชาวบ้านปลูกกกเต็มพื้นที่ ซึ่งถ้าหากกกในหนองแวง โตเต็มที่ดูแล้วจะมีความสวยงามมากซึ่งเท่าที่ผ่านมานักท่องเที่ยวให้ความสนใจแปลงกกเป็นอย่างมาก

- กิจกรรมร่วมชมการแสดงหมอลำเพลิน ในตอนเย็นก่อนการแสดงหมอลำจะมีพิธีบายศรีสู่ขวัญให้กับนักท่องเที่ยว (กินข้าวตอนเย็น) ขณะกินข้าวก็ชมหมอลำเพลินไปด้วยนักท่องเที่ยวอยากร่วมสนุกก็ร่วมได้ทั้งการฟ้อน และเต้นรำ

- กิจกรรมการฝึกทอเสื่ออก นักท่องเที่ยวได้รับการฝึกทุกขั้นตอนการผลิต

ปฏิทินและโปรแกรมการท่องเที่ยว

จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี รับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา

การบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา ได้พัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ไทยบ้านแพง เป็นหนึ่งชุมชนที่ผ่านการประเมินได้รับการรับรองมาตรฐาน มีที่พัก อาหาร รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน เช่น การทำบุญตักบาตร การบายศรีสู่ขวัญ การชื้อถัณฑ์แต่นรอบหมู่บ้านเยี่ยมชมวิถีของชาวบ้านแพง

เอกลักษณ์ของชุมชน

เอกลักษณ์ของชุมชนที่สำคัญของบ้านแพง คือ ความเข้มแข็งของชุมชนในการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพงขึ้นบริหารจัดการกลุ่มดำเนินการผลิต จำหน่ายเสื่ออก และแปรรูปเสื่ออกเป็นผลิตภัณฑ์มีสมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง หรือกลุ่มทอเสื่ออกในแต่ละปีจึงมีกำไรมาก เป็นสถานที่แสดง และจำหน่ายสินค้า OTOP ของจังหวัดมหาสารคาม โดยจากการสำรวจของสำนักงานสหกรณ์จังหวัด

การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

รูปแบบการบริหารจัดการ

รูปแบบการจัดการดำเนินการในรูปแบบของกลุ่ม ซึ่งเรียกกลุ่มที่จัดการท่องเที่ยวชุมชนว่า “กลุ่มโฮมสเตย์เสื่ออกบ้านแพง” ซึ่งกลุ่มที่ว่าเป็นกลุ่มย่อยของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง หรือกลุ่มสตรีทอเสื่ออกตำบลแพง มีสมาชิก ทั้งหมด 120 คน คณะกรรมการบริหารกลุ่ม 6 คน มีตำแหน่งประธาน รองประธาน เภรัญญิก ผู้ช่วยเภรัญญิก และเลขานุการ บริหารจัดการตามระเบียบข้อบังคับของกลุ่มโดยตลอด เมื่อมีคณะท่องเที่ยวจะมาเที่ยวที่ชุมชนบ้านแพง และมีโปรแกรมกำหนดการอย่างไรบ้างและ กิจกรรมอะไรบ้าง เมื่อคณะกรรมการบริหารกลุ่มทราบแล้วจัดให้มีการประชุมแจ้งให้สมาชิกทุกคนทราบให้ ทุกคนที่เป็นสมาชิกได้เข้าใจว่าในการต้อนรับนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมีกิจกรรมอะไรบ้าง ใครรับหน้าที่อะไรบ้าง เช่นใครเป็นคนประสานหาหมอลำเพลินมาแสดงให้นักท่องเที่ยวชมซึ่งการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านแพงรูปแบบการดำเนินการเป็นกลุ่มสมาชิกกลุ่มทุกคนมีส่วนร่วม

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์

- ทรัพยากรหลักของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแพง ทั่วไปที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ คือ ภูเขา น้ำตก ชายหาด-ทะเล น้ำพุร้อน โบราณสถานทรัพยากรที่กล่าวมานี้เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สร้างประโยชน์สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมากในส่วนของชุมชนแพงทรัพยากรการท่องเที่ยวมีเพียง เรื่อง ของ ภูมิปัญญาท้องถิ่นศิลปวัฒนธรรม ศิลปหัตถกรรม

- การจัดการเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปหัตถกรรมทอเสื่ออก ทางผู้นำรวมทั้ง

คณะกรรมการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์เสื่ออกบ้านแพง เน้นในเรื่องการอนุรักษ์ และพัฒนาอย่างเต็มที่ ซึ่งเสื่ออกเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนต้องให้คงอยู่กับชุมชนบ้านแพง รักษาไว้ซึ่งคุณภาพ และความสวยงาม

– เรื่องศิลปวัฒนธรรมหมอลำทางผู้นำชุมชนทุกหมู่บ้านของบ้านแพงรวมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบลแพงโดยเฉพาะนายกองค์การบริหารส่วนตำบลแพงให้การส่งเสริมสนับสนุนอย่างเต็มที่ (ที่มา : <http://www.cbtdatabase.org/>)

การทอเสื่อกกมีมาประมาณ 100 ปีแล้วส่วนใหญ่ทอเสื่อเพื่อใช้สอยในครัวเรือนสำหรับแลกเปลี่ยนกับสิ่งของเครื่องใช้ ภายในหมู่บ้าน และใกล้เคียง โดยเริ่มต้นทอเสื่อจากต้นกกสามเหลี่ยม (ต้นผือ) ต่อมาพระที่วัดได้นำพันธ์กก (ไหล) มาจากจังหวัดร้อยเอ็ด มาทดลองปลูกที่ริมบึงบ้านแพง ผลปรากฏว่า ปลูกได้ผลดี เจริญเติบโตเร็ว จึงมีราษฎรนำมาปลูกเพิ่มกันเกือบทุกครัวเรือน มีคุณสมบัติเหนียว เมื่อทอเป็นผืน จะใช้งานได้ดี มีความคงทนถาวรมากกว่าการทอจากต้นผือ ต่อมามีการจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพในรูปแบบคณะกรรมการกลุ่มอาชีพ ทอเสื่อกกบ้านแพงจนถึงปัจจุบัน

ขั้นตอนการผลิตเสื่อกก

– การปลูกต้นกก การเตรียมต้นกก (หน่อ) และแปลงปลูกโดยพรวนดิน 2 ครั้ง เพื่อให้ดินร่วนซุย มีน้ำขังเล็กน้อยพอให้แฉะ เพื่อปลูกดำหน่อกลงง่าย โดยระยะห่างระหว่างต้นประมาณ 1-2 ฟุต ได้ 7 วัน ปล๋อยน้ำเข้าสูงประมาณ 30 เซนติเมตร ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 ประมาณ 25 กก.ต่อ 1 ไร่ 1-2 เดือน/ครั้ง

– การเก็บเกี่ยวต้นกก เมื่ออายุได้ประมาณ 2-4 เดือน กกเริ่มมีความเหนียวพอประมาณ โดยสังเกตต้นกกออกดอก ซึ่งเป็นระยะที่มีความเหนียวจึงเริ่มตัดกกได้ โดยใช้มีดหรือเคียวตัดบริเวณโคนต้น เพื่อให้กกแตกหน่อขึ้นมาใหม่

– กรรมวิธีการซอຍและการตาก และย้อม การซอຍกกทำได้ 2 แบบ คือ การซอຍสด ๆ หรือผึ่งแดดให้พอมหาดๆ (1 แดด) จึงนำมาซอຍ 1 ต้น แล้วแต่ขนาดของต้นกก และลักษณะที่นำมาใช้แล้วนำไปตากแดดให้แห้งประมาณ 2-3 แดดโดยกกจะเปลี่ยนเป็นสีเขียวหรือสีชา

จากนั้นเราจะเข้าสู่ขั้นตอนการย้อม ก่อนย้อมกกต้องนำเส้นกกไปแช่น้ำ ให้เส้นกกอมน้ำประมาณ 1 ชั่วโมง นำกก ผึ่งแดดให้พอมหาด ๆ นำเส้นกกลงในหม้อย้อมสีที่เตรียมไว้ จนเส้นกกอมน้ำหรือประมาณ 20 นาที แล้วจึงนำขึ้นผึ่งแดด ประมาณ 2 แดด นำกกเข้าเก็บเพื่อรอการทอต่อไป

ส่วนวิธีที่เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกกนั้น ควรเก็บไว้ในห้องที่เก็บควรไม่มีอากาศชื้น เมื่อขึ้นราควรเช็ด และขัด แล้วผึ่งแดดให้แห้ง ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปแล้วควรมีถุงพลาสติกห่อหุ้มเพื่อไม่ให้อากาศเข้า (<http://www.sarakhamclick.com/sarakham/.html>)

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยจึงเห็นควรอย่างยิ่งในการทำวิจัยเพื่อที่จะหาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ พร้อมทั้งสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนที่สำคัญให้กับกลุ่มบ้านแพง คือ ความเข้มแข็งของชุมชนในการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มดำเนินการผลิตจำหน่ายเสื่อกก และแปรรูปเสื่อกก พร้อมทั้งนำหลักคิดพื้นฐาน 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่สากล, พึ่งตนเอง คิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นตัวอย่างจากสินค้าไทยอีกจำนวนมาก ผลประโยชน์ที่ควรจะเป็นของไทยเต็มเม็ดเต็มหน่วยหลุดลอยไปอย่างน่าเสียดาย บทเรียนที่เกิดขึ้นครั้งนับไม่ถ้วนน่าจะเพียงพอให้แต่ละฝ่าย ทบทวน และหาแนวทางแก้ไข ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม นำมาประยุกต์เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น ดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ได้หลากหลาย ประณีตสวยงาม และมีเอกลักษณ์เป็นของผลิตภัณฑ์

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

1.2.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นกกนำไปสู่เฟอร์นิเจอร์จากต้นกกสำหรับกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์รูปแบบเก่าที่ทำจากจักสานต้นกระหวางเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่จักสานต้นกก

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดชนิดเฟอร์นิเจอร์จักสานต้นกก ที่จะนำมาใช้เป็นทางเลือกในการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของผลิตภัณฑ์ ก่อนนำผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไปใช้สรุปหาชนิดของสินค้าที่เป็นที่ต้องการสูงสุด เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาในขั้นตอนการพัฒนาของเฟอร์นิเจอร์ต่อไป

1.4 ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัยสมมุติฐาน

ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อคุณลักษณะของเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์” โดยใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า ให้มีภาพลักษณ์เป็นสินค้าของฝากที่ช่วยในการเชิญชวนและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ซื้อ

ในการพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดของการศึกษาวิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ ไว้ ดังต่อไปนี้ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2537 : 32-35 ; ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพรคงเจริญเกียรติ. 2541 : 8-9 ; สักขี แสนสุภา. 2545 : 4-9)

1.4.1 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

1.4.1.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการออกแบบเฟอร์นิเจอร์เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ให้มีประสิทธิภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงถึง ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การศึกษาข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และสำรวจ เกี่ยวกับสินค้าของฝากที่เลือกมาใช้เป็นกรณีศึกษาทั้งในด้านช่องทางการตลาด การวางจำหน่าย รูปแบบของที่ระลึก ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ และการสอบถามความต้องการของผู้จำหน่าย ที่เกี่ยวเนื่องกับสินค้าและเฟอร์นิเจอร์ เพื่อนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

- การศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น

ศึกษาเพื่อหาสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงชุมชนได้ดีที่สุดจากทางเลือกที่ได้มาจากคำขวัญ และจากการอ้างอิงในเอกสาร ตำราต่าง ๆ ตามแนวความคิดของ Sakane (1986 : 7-12) เพื่อนำมาใช้ สะท้อนภาพลักษณ์ของท้องถิ่นบนของที่ระลึกที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

- การศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างถิ่น และคนในท้องถิ่นในการซื้อสินค้าบุคคลที่ ต้องการสินค้าไปฝากตลอดจนความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์ของฝากที่วางจำหน่ายอยู่ใน ปัจจุบัน ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์ต่อไป

1.4.2 คุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของเฟอร์นิเจอร์

เพื่อใช้เป็นนิยามแนวคิด (Conceptual definition) ในการศึกษาแนวทางในการ ออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ให้มีคุณลักษณะทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด ตาม ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยหลักการสำคัญดังนี้ (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 17)

1. ภูมิปัญญาของชาวบ้าน
2. มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น
3. ความสวยงามและความน่าสนใจ
4. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา
5. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ
6. ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของ ผู้บริโภค

1.4.3 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด (Conceptual frame work) ในการประเมินผลงานการ ออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย หลักการสำคัญดังนี้ (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 17)

1. ภูมิปัญญาของชาวบ้าน
2. มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น
3. ความสวยงามและความน่าสนใจ
4. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา
5. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ
6. ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค

1.4.4 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการประเมินผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เทียบกับผลิตภัณฑ์ รูปแบบเดิม

1.4.4.1 การประเมินความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่เทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม
ด้านคุณลักษณะที่ต้องการของผลิตภัณฑ์จากกเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดตรงตาม มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.๗/๒๕๕๙)

คุณลักษณะที่ต้องการ

ทองประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงที่เหมาะสมกับการใช้งาน ไม่มีขอบคมและปลายแหลม ยกเว้นกรณีที่เป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงาน ไม่มีรอยแตก ขาด รา หรือตำหนิ ที่เกิดจากการทำลายของแมลงปรากฏในชิ้นงานให้เห็นเด่นชัด ยกเว้นรอยที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงานซึ่งไม่มีผลเสียต่อการใช้งานการทดสอบให้ทำ โดยการตรวจพินิจ

การประกอบ (ถ้ามี)

ทองเรียบร้อย ประณีต สวยงาม ติดแน่น เหมาะสมกับชิ้นงาน ไม่มีกลิ่นของสารเคมี และรอยเปื้อนของสารที่ใช้ยึดติดชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน การทดสอบให้ทำ โดยการตรวจพินิจ

การเย็บ (ถ้ามี)

1. ทองเรียบร้อย ประณีต ฝั่มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์ ริมต้องเรียบ แน่นไม่ย้วยหรือหลุดลุ่ย
2. การบุด้วยแผ่นฟองน้ำ (ถ้ามี) ต้องมีผ้าหุ้มหรือปิดทับและเย็บให้เรียบร้อย ไม่ย้วยหรือหลุดลุ่ยฝั่มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์
3. การเย็บหุ้มริมผ้าหรือกุน (ถ้ามี) ทองเรียบร้อย ประณีต ฝั่มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์
4. การติดกระดุมหรือซิป (ถ้ามี) ทองเรียบร้อย แน่น และไม่ย่น กรณีเป็นโลหะ ต้องไม่มีสนิม ขอบคมและปลายแหลม
5. กรณีที่มีการซับใน (ถ้ามี) ทองเย็บเรียบร้อย แน่น ไม่หลุดลุ่ยง่าย สีผ้าซับในต้องสีเดียวกันหรือใกล้เคียงกับสีของผลิตภัณฑ์ยกเว้นกรณีที่เป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงาน

การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

1. ลวดลาย (ถ้ามี) ทองประณีต เรียบร้อย สวยงาม สม่่าเสมอ การต่อลวดลายต้องตรงตามลักษณะของลวดลายการทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
2. สี (ถ้ามี) ต้องมีสีสม่ำเสมอ ติดแน่น ไม่ต่าง หลุด ลอก หรือเปื้อน ยกเว้นกรณีที่เป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงาน เมื่อจับหรือสัมผัสแล้วสีต้องไม่ติดมือการทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
3. การเก็บริม (ถ้ามี) ทองประณีต เรียบร้อย สวยงาม สม่่าเสมอตลอดชิ้นงาน การทดสอบให้ทำ โดยการตรวจพินิจ
4. การประกอบหรือตกแต่งด้วยวัสดุอื่น (ถ้ามี) ทองประณีต ติดแน่น สวยงาม กลมกลืน และเหมาะสมกับชิ้นงาน รอยต่อต้อง ไม่แยกออกจากกัน ไม่มีกลิ่นของสารเคมีและรอยเปื้อนของ สารที่ใช้ยึดติดชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน ไม่มีขอบคมและปลายแหลมยกเว้นกรณีที่เป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงาน กรณีใช้วัสดุประกอบหรือตกแต่งเป็นโลหะต้องไม่มีสนิม กรณีใช้วัสดุจากธรรมชาติต้องไม่มีราหรือตำหนิที่เกิดจากการทำลายของแมลง กรณีใช้พลาสติกต้อง ไม่มีเส้นหรือครีบก
5. การเคลือบผิว (ถ้ามี) ทองเรียบ สม่่าเสมอ ไม่เป็นเม็ด เป็นคราบ แตก หลุด หรือลอก และไม่ทำให้ชิ้นงานขาดความสวยงามการทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
6. การใช้งาน ต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานการทดสอบให้ทำ โดยการตรวจพินิจ

การบรรจุ

1. ให้หุ้มห่อหรือบรรจุผลิตภัณฑ์จากกกในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สะอาด แห้ง เรียบร้อย และสามารถป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ จากกกได้การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

เครื่องหมายและฉลาก

1. ที่ฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ จากกกทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่ายชัดเจน

(1) ชื่อผลิตภัณฑ์ (ตามชื่อ มผช.) หรือชื่อที่สื่อความหมายตาม มผช.เช่น เสื่อ กก กลองไสทิวซุเสื่อกกกระเป่าจักสานกก พัดจักสานกก ที่รองแก้วเสื่อกก

(2) ขนาดหรือมิติ (ถ้ามี) เป็นเซนติเมตรหรือนิ้ว

(3) กรณีใช้สีธรรมชาติย่อมกให้ระบุพร้อมส่วนของพืชที่ใช้เช่น สีแดงจาก ครั่ง

(4) ข้อแนะนำในการใช้และการดูแลรักษา (ถ้ามี)

(5) ประวัติผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)

(6) เดือน ปีที่ทำ

(7) ชื่อผู้ทำ หรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

1.5 คำสำคัญ (keywords) ของโครงการวิจัย

1.5.1 การออกแบบ	DESIGN
1.5.2 เฟอร์นิเจอร์	FUNITURE
1.5.3 ต้นกก	SEDE
1.5.4 กลุ่มอาชีพบ้านแพง	SEDE GROUP PAENG
1.5.5 จังหวัดมหาสารคาม	MAHASARAKHAM

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น การเผยแพร่ในวารสาร จดสิทธิบัตร ฯลฯ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.6.1 เพื่อให้มีการพัฒนาเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพงให้มีมาตรฐานในด้านคุณภาพ และสวยงาม

1.6.2 สามารถนำข้อมูลทางด้านของเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกและการวิเคราะห์ด้านการออกแบบไปเผยแพร่ให้กับบุคคลที่สนใจ

1.6.3 สามารถนำรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกไปจดสิทธิบัตรเพื่อผลิตในเชิงพาณิชย์

1.6.4 สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน และประเทศ

1.6.5 หน่วยงานที่นำไปใช้ประโยชน์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และทุกภาคส่วน

17. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง

ประกิต (จิตร) บัวบุศย์ (2535:67) ได้กล่าวไว้ว่าการพัฒนางานผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะเป็นไปอย่างช้า ๆ เนื่องจากมีความจำกัดในด้านต่าง ๆ หลายประการ เช่นความจำกัดในหน้าที่ใช้สอย ส่วนการพัฒนาเครื่องจักสาน ได้พัฒนารูปทรงให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและ สภาพแวดล้อมคตินิยมของท้องถิ่นด้านความงามของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานปัจจุบันด้วยคุณค่ากว่า ในอดีต เพราะสภาพสังคมในอดีตเอื้ออำนวยให้ผู้ผลิตมีเวลา ผลิตด้วยความประณีต ซึ่งสภาพ เช่นนี้ไม่สามารถกระทำได้ในปัจจุบัน มีการผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น ดังนั้น ความประณีตบรรจง จึงย่อมลดลง ดังนั้น ความนิยมในการซื้อหาเครื่องจักสานเพื่อที่จะใช้สอยในครัวเรือนจึงลดน้อย ทยอยไป จนเกือบกล่าวได้ว่าจะทำอยู่แต่ในชนบทห่างไกลเท่านั้น ซึ่งเป็นการทำขึ้น เพื่อใช้สอย ภายในครัวเรือนของตนเพียงเล็กน้อย อาชีพช่างจักสานจึงขาดหายไปดังเหตุผลที่กล่าวมา

เจษฎา พัฒรานนท์. (2553) วิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษากลุ่มจักสานใบกะพ้อ ตำบลทุ่งโพธิ์ อำเภोजุฬารณณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นภายใต้บริบทชุมชนกลุ่มจักสานใบกะพ้อตำบลทุ่งโพธิ์อำเภोजุฬารณณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นำเทคนิค AIC มาใช้ในการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มจักสานใบกะพ้อมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีผู้เข้าร่วมดำเนินการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่น จำนวน 30 คน มีการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม 3 วงรอบ แนวทางหลักในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ คือ การนำเศษวัสดุที่เหลือ จากการทำพัดใบกะพ้อมา พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จำนวน 21 ชุดผลิตภัณฑ์ 53 ชิ้นงาน ได้แก่นำในการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาสามารถนำไปจำหน่ายตลอดจนถ่ายทอดความรู้ให้กับเยาวชนใน ท้องถิ่น ผลการวิจัย เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในการ พัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม
 - 2.1.1 ประวัติกลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพง และกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง
 - 2.1.2 กระบวนการผลิตการทอเสื่อบ้านแพง
 - 2.1.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาไทย กลุ่มอาชีพบ้านแพง
 - 2.1.4 อัตลักษณ์ของกลุ่มอาชีพบ้านแพง
- 2.2 เครื่องจักสาน ต้นกก
 - 2.2.1 เครื่องจักสาน งานหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย
 - 2.2.2 การวิเคราะห์กลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานของไทยในปัจจุบัน
 - 2.2.3 ทิศทางการพัฒนาเครื่องจักสานในไทย
 - 2.2.4 วัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องจักสาน
- 2.3 เฟอร์นิเจอร์
 - 2.3.1 ความหมายของเฟอร์นิเจอร์
 - 2.3.2 ประเภทของเฟอร์นิเจอร์
 - 2.3.3 รูปแบบการติดตั้งของเฟอร์นิเจอร์ไม้
- 2.4 ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน
 - 2.4.1 ผลิตภัณฑ์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง
- 2.5 กลุ่มเป้าหมาย
 - 2.5.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.5.2 การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.5.3 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.5.4 ประโยชน์ของพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.5.5 ความแตกต่างกันในการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย
- 2.6 เงื่อนไขทางการตลาด
 - 2.6.1 ตลาดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน
 - 2.6.2 ตลาดจำหน่ายสินค้าในอนาคต
 - 2.5.3 ผลิตภัณฑ์กับการรักษาสิ่งแวดล้อม
- 2.7 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์
 - 2.7.1 การใช้สีเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์
 - 2.7.2 การใช้สีในการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานผ่านการบอกเล่าจากเอกสาร ตำรา บ้านแพงเป็นหมู่บ้านเก่าแก่หมู่บ้านหนึ่ง ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2366 เมื่อ 179 ปี มาแล้วในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว อพยพมาจากบ้านจิว บ้านโนนซึ่งอยู่ในอำเภอลำทะเมนชัยในปัจจุบัน ครั้งแรกประมาณ 20 ครอบครัว อพยพมาจากบ้านท่าสวนยาสี่บเชื้อสายมาจากเจ้านายเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว มาตั้งถิ่นฐานครั้งแรกที่คุ้มบ้านแพง เรียกว่า กลุ่มบ้านแพง สาเหตุที่ชื่อบ้านแพง โดยถือเอาชื่อต้นไม้ คือ ต้นแพง ซึ่งเป็นไม้ยืนต้นชนิดหนึ่ง ต้นแพงจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้าน มีผลิตภัณฑ์วางขายที่ศูนย์รวมกลุ่ม การรวมเป็นกลุ่มในการผลิตเพื่อเป็นการรวมตัวของชาวบ้านในท้องถิ่นให้ได้มีงานทำ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้จำหน่ายได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้เสื้อบ้านแพงเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ประวัติกลุ่มทอเสื่อกบ้านแพง และกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง

2.1.1.1 ถิ่นที่ตั้ง

บ้านแพง ต.แพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดมหาสารคาม ไปทางทิศตะวันตก 37 กิโลเมตร ห่างจากอำเภอกุสุมพิสัย 9 กิโลเมตร ตั้งอยู่ริมถนนสายมหาสารคาม-ขอนแก่น การเดินทางจากตัวเมืองใช้เส้นทางหมายเลข 208 (มหาสารคาม-โกสุมพิสัย-ขอนแก่น) เลี้ยวซ้ายเข้าเส้นทางโกสุมพิสัย-ขอนแก่น ระหว่างกิโลเมตรที่ 20-21 ห่างจากอำเภอกุสุมพิสัย 9 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองประมาณ 38 กิโลเมตร บ้านแพงเป็นหมู่บ้านที่อยู่ริมบึงแพงมีพื้นที่ทั้งหมด 8,116 ไร่ บริเวณรอบ ๆ หมู่บ้านจะเป็นทุ่งนาที่ราบลุ่มกว้างใหญ่ บ้านแพงแบ่งเป็น 5 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1, 9, 11, 13 และ 14 ประชากรทำนา เลี้ยงวัว เป็นอาชีพหลัก ทอเสื่อเป็นอาชีพเสริมอาศัยน้ำฝนในการทำนา เลี้ยงวัว และปลูกกก บ้านแพงได้แยกออกเป็น 2 คุ้ม คือ คุ้มบ้านแพงกับคุ้มสำโรง และได้มีการเลือกหัวหน้าหมู่บ้านขึ้นเป็นผู้นำของหมู่บ้าน ประชากรก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จำนวนครัวเรือนก็มากขึ้น ทางราชการจึงประกาศตั้งให้บ้านแพงเป็นตำบลแพง อำเภอกุสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เมื่อ พ.ศ. 2410 หมู่บ้านแพงเป็นหมู่บ้านที่มีถนนสายโกสุมพิสัย-ขอนแก่น ผ่านกลางหมู่บ้าน ทั้งสองข้างทางจะมีผลิตภัณฑ์วางขายที่ศูนย์รวมกลุ่ม และมีร้านอาหารบ้านแพงริมทาง ตั้งอยู่หน้าบึงบ้านแพง การรวมเป็นกลุ่มในการผลิตเพื่อเป็นการรวมชาวบ้านในท้องถิ่นให้ได้มีงานทำ และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้จำหน่ายได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นเพราะเมื่อมีการรวมกลุ่มกันแล้วจะทำให้เสื้อบ้านแพงเป็นที่รู้จักมากขึ้น เป็นจุดสนใจต่อผู้เดินทางผ่านไปมามากขึ้น วัดในบ้านแพงมีทั้งหมด 4 วัด คือ วัดป่าสามัคคีธรรม วัดโนนอ้อมแก้ว วัดชัยมงคล และวัดชัยประสิทธิ์ นับว่าเป็นหมู่บ้านที่มีวัดจำนวนมากเลยทีเดียวแต่ละวัดนั้นมีความสวยงามโดยเด่นด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งชาวบ้านได้สร้างขึ้นเพื่อจะได้ทำพิธีกรรมทางพุทธศาสนา วัดเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญบ้านแพงมีวัดจำนวนมากจึงสามารถบอกได้ว่าบ้านแพงมีความเจริญ และชาวบ้านก็มีความเจริญทางจิตใจด้วย

บึงบ้านแพงมีเนื้อที่ 970 ไร่ นับว่าเป็นบึงที่มีความกว้างใหญ่มากทีเดียว ครอบคลุมพื้นที่ 3 หมู่บ้าน คือ 1, 11 และ 13 เป็นบึงที่มีน้ำใสสะอาด ชาวบ้านสามารถนำน้ำมาใช้อุปโภคบริโภค ปลูกผัก ทำน้ำประปา มีนกเป็ดน้ำจำนวนมากอาศัยอยู่ในบึงนี้ แต่บริเวณติดสะพานได้กั้นเนื้อที่ไว้ 80 ไร่ เพื่อไม่ให้ชาวบ้านยิงนก ตกปลาในบริเวณบึงแพง นับว่าเป็นการอนุรักษ์ที่ดีอีกทาง

หนึ่ง ริมบึงแพงติดถนนสายมหาสารคาม-โกสุมพิสัย-ขอนแก่น ก็มีร้านอาหารจำนวนมากมายี่ได้เปิดโอกาสให้ผู้ผ่านไปมาได้แวะชมความสวยงามของบึงแพงด้วยบ้านแพงมีร้านอาหารจำนวนมากมายี่อาหารส่วนมากจะเป็นอาหารอีสานซึ่งมีการทำที่ง่าย รสชาติอร่อย ราคาถูก เหมาะสม สถานที่ตั้งอยู่บริเวณริมบึงแพง ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งของบ้านแพงที่ประชาชนต่างให้ความสนใจ มีนกเป็ดน้ำจำนวนมากอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ ทำให้สร้างบรรยากาศในการรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก (สารคามบ้านเฮา. <http://www.sarakham..com/บ้านแพง>)



รูปที่ 2.1 บึงต้นกกบ้านแพง

ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

เรื่องราวที่มาของกลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลจากตำนานจากเอกสาร และการบอกเล่าแต่ละตำนานที่เล่าสืบต่อมามีความคล้ายคลึงกันกับการบอกเล่า คือกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดมหาสารคาม ไปทางทิศตะวันตก 37 กิโลเมตร ห่างจากอำเภอโกสุมพิสัย 9 กิโลเมตร ตั้งอยู่ริมถนนสาย มหาสารคาม-โกสุมพิสัย-ขอนแก่น บ้านแพงเป็นหมู่บ้านที่อยู่ริมบึง ประชากรทำนา เลี้ยงวัว เป็นอาชีพหลัก ทอเสื่อเป็นอาชีพเสริม บ้านแพงได้แยกออกเป็น 2 คุ่ม และประชากรก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จำนวนครัวเรือนก็มากขึ้น ทางราชการจึงประกาศตั้งให้บ้านแพงเป็นตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เมื่อ พ.ศ. 2410 ทั้งสองข้างทางจะมีผลิตภัณฑ์วางขายที่ศูนย์รวมกลุ่ม มีการรวมเป็นกลุ่มในการผลิตเสื่อทอเพื่อเป็นการรวมชาวบ้านในท้องถิ่นเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญบ้านแพงมีวัดจำนวนมาก จึงสามารถบอกได้ว่าบ้านแพงมีความเจริญและชาวบ้านก็มีความเจริญทางจิตใจด้วย บ้านแพงมีบึง เนื้อที่ 970 ไร่ นับว่าเป็นบึงที่มีความกว้างใหญ่ชาวบ้านสามารถนำน้ำมาใช้อุปโภคบริโภค ทำน้ำประปา ปลูกผัก ปลูกต้นกก และเลี้ยงสัตว์อยู่ในบึงนี้ ดังรูปที่ 2.1

ผู้วิจัยพิจารณาว่ารายละเอียดของถิ่นที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม เช่น ตั้งอยู่ริมถนนสายมหาสารคาม-โกสุมพิสัย-ขอนแก่น ผ่านกลางหมู่บ้าน ทั้งสองข้างทางจะมีผลิตภัณฑ์วางขายที่ศูนย์รวมกลุ่ม และเป็นหมู่บ้านที่อยู่ริมบึงที่มีความกว้างใหญ่ครอบคลุมพื้นที่ 3 หมู่บ้าน เป็นต้น สามารถนำมาใช้ในการออกแบบโดยคำนึงถึงความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพ่ง ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามสู่ต้นแบบเฟอร์นิเจอร์จากสานจากต้นกก

2.1.1.2 กก ในภาษาอีสานเรียกพืชชนิดนี้ว่า ผือ กกที่นำมาตัดจะเลือกกกที่ยังไม่แก่ กกเป็นเหมือนวัชพืชที่ไม่มีค่า และไม่มีคนสนใจ มีเพียงบางครอบครัวเท่านั้นที่ตัดกกมาทอเสื่อ เริ่มจากทำใช้เองหรือทำแจกจ่ายญาติพี่น้อง โดยใช้วัสดุในท้องถิ่นที่หาได้ง่ายเพราะเป็นพืชขึ้นเองตามธรรมชาติแต่ปัจจุบันการทอเสื่อกลายเป็นงานประจำของคนในหมู่บ้านอีกงานหนึ่ง ที่นอกเหนือจากการทำนา เลี้ยงวัว เพื่อเสริมรายได้ภายในครัวเรือนกันมากขึ้นทำให้ต้นกกกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีคนต้องการเยอะจนต้องมีการปลูกขึ้นมาเอง แต่ก็ยังไม่เพียงพอจนต้องซื้อจากหมู่บ้านใกล้เคียง กกที่ทำเป็นเส้นบาง ๆ เรียกวิธีการนี้ว่า “การสอยต้นกก” ตากแห้งดีแล้วจะนำมาทำการย้อมสี

แหล่งผลิตเสื่อทอในหมู่บ้านแพ่งนั้น มีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพ่ง และกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพ่ง ผลิตภัณฑ์ของทั้ง 2 แหล่งนี้จะมีความเหมือนกันมากทั้งรูปแบบการผลิต ราคา และตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1.3 กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพ่ง

เป็นกลุ่มที่มีอาชีพการทอเสื่อ เป็นอาชีพเสริมอีกอาชีพหนึ่งในช่วงยามว่างจากการทำนา เลี้ยงวัวของชาวบ้านแพ่ง ชาวบ้านจะมีเครื่องทอเสื่อกกกันแทบทุกบ้าน เสื่อกกนั้นทอไม่ยาก วัตถุประสงค์ได้จากธรรมชาติเพราะต้นกกจะเกิดขึ้นในหนองน้ำในหมู่บ้าน หลังจากที่มีผู้มาพบการทอเสื่อกกของบ้านแพ่ง แล้วได้นำเอาไอเดีย และผลงานนำเสนอชาวญี่ปุ่น ปรากฏว่าชาวญี่ปุ่นชอบเสื่อกกของไทยมาก ขอให้ทอด้วยสี ลวดลายธรรมชาติ และสั่งซื้อจนกำลังการผลิตของชาวบ้านไม่เพียงพอ จนทำให้ต้นกกก็มีไม่เพียงพอจนต้องมีการปลูกขึ้นมา และสั่งจากหมู่บ้านใกล้เคียง นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกกอีกมากมายหลายรูปแบบสำหรับตลาดยุโรป และคนไทย

ศูนย์เรียนรู้ผลิตภัณฑ์เสื่อกกบ้านแพ่ง ตั้งอยู่ที่ถนนสายขอนแก่น-โกสุมพิสัย-มหาสารคาม ศูนย์เรียนรู้แห่งนี้ยังใช้เป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของบ้านแพ่ง ซึ่งก็คือ เสื่อกก ในการมาเยี่ยมชมหมู่บ้านเป็นหมู่คณะ จะมีรถนำเที่ยวสไตล์อีสานแท้ ๆ เรียกว่ารถอิตักมีที่มาจากเสียงเครื่องยนต์ที่ดัง แตก ๆ ๆ พ่วงด้วยที่นั่งที่ปกติเอาไว้นั่งของ เหมือนเกวียนเทียมควาย พาเข้าไปชมป่ากกที่ขึ้นอยู่ในหนองน้ำของหมู่บ้าน และกระบวนการทอเสื่อของชาวบ้าน สองข้างทางถนนของหมู่บ้านจะเห็นการเย็บเสื่อ การทอเสื่อ เครื่องทอเสื่อ และการบุงพองน้ำเพื่อเพิ่มมูลค่าให้เสื่อกกตามความต้องการของตลาด บ้านแต่ละหลังจะนำเอาเสื่อที่ทอแล้วออกมาตากให้แห้ง เสื่อที่ใช้กันทั่วไปจะยาวประมาณ 2 เมตรเศษ ๆ ส่วนเสื่อที่ทอเป็นเสื่อยาวพิเศษ จะมีไม่กี่บ้านที่มีเครื่องทอเสื่อความยาวประมาณ 10 เมตร เพื่อถวายเป็นวัด (หมู่บ้านทอเสื่อกกบ้านแพ่ง. touronthai.com)

2.1.1.4 กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพ่ง

สตรีในครอบครัวสมาชิกสหกรณ์ที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวหลังจากฤดูการเก็บเกี่ยว โดยจัดตั้งกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพ่ง เมื่อปี พ.ศ.



สหกรณ์การเกษตรโกสมพิสัย มีสมาชิกแรกก่อตั้ง 28 คน ซึ่งมีความสนใจในงานจักสานต้นกกและจัดทำ วัตถุติดได้ในพื้นที่ (กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง, ไทยตำบล-Thaitambon. com)

จากข้อมูลข้างต้นที่ทำการศึกษามาจากหมู่บ้านทอเสื่อกกบ้านแพงtouronthai.com แสดงถึงข้อมูล ข้างต้นที่กล่าวมามีเรื่องเกี่ยวกับภาษาพื้นถิ่น ธรรมชาติของต้นกก แหล่งผลิตเสื่อกก และ ลักษณะพิเศษของเสื่อ

ผู้วิจัยพิจารณาจากภาษาอีสานที่เรียกชื่อต้นกก ว่า “ต้นผือ” ดังรูปที่ 2.3 และต้น กกที่ทำเป็นเส้นบาง ๆ เรียกว่า “การสอยต้นกก” ดังรูปที่ 2.4 ต้นกกเป็นวัสดุในท้องถิ่นที่หาได้ง่าย เป็น พืชเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ณ ปัจจุบันการทอเสื่อกกถือเป็นงานประจำของคนในหมู่บ้านเพื่อเสริม รายได้ภายในครัวเรือน ทำให้กกกลายเป็นพืชเศรษฐกิจ ต้องมีการปลูกขึ้นมาเอง แต่ก็ยังไม่เพียงพอจน ต้องซื้อต้นกกจากหมู่บ้านใกล้เคียง และแหล่งผลิตทอเสื่อกกในหมู่บ้านแพงนั้น มีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ 1. กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพง และ 2. กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพงเป็น ศูนย์การเรียนรู้ และยังใช้เป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของบ้านแพงอีกด้วย ดังรูปที่ 2.2 ส่วน กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง มีความสนใจในการประกอบอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว หลังจากฤดูการเก็บเกี่ยว จึงจัดตั้งกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง เมื่อปี พ.ศ. 2538 แต่อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ของทั้ง 2 กลุ่ม นี้จะมีความเหมือนกันมากทั้งรูปแบบการผลิต ราคา และตัวผลิตภัณฑ์ เสื่อที่ ใช้กันทั่วไปจะยาวประมาณ 2 เมตรเศษ ๆ ส่วนเสื่อที่ทอเป็นเสื่อยาวพิเศษจะมีเครื่องทอความยาว ประมาณ 10 เมตร นำไปใช้เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา จากข้อมูลข้างต้นในลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นี้สามารถนำมา พิจารณาคัดเลือก เพื่อปรับใช้เป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้าน แพง ตำบลแพง อำเภอกอสมพิสัย จังหวัดมหาสารคามสู่ต้นแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก



รูปที่ 2.2 ศูนย์เรียนรู้ผลิตภัณฑ์เลือกกดบ้านแพง จำหน่ายสินค้า และศูนย์ OTO บ้างแพง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

2.1.2 กระบวนการผลิตการทอเสื่อบ้านแพง

2.1.2.1 วัตถุดิบและส่วนประกอบ

1. ต้นกก
2. โสง ฟืม
3. เส้นเอ็น
4. สีย้อมกก
5. ผ้ากุนริม ด้าย กรรไกร สายวัด
6. จักรเย็บผ้า

2.1.2.2 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนที่ 1 การสอยต้นกก

1. ตัดต้นกกสด
2. คัดเลือกต้นกกที่มีขนาดเท่ากันไว้ด้วยกัน
3. นำต้นกกที่คัดแล้วมาสอยเป็นเส้นเล็กโดยใช้มีดปลายแหลมคม
4. นำเส้นกกที่สอยแล้วมาผึ่งแดดให้แห้ง
5. นำเส้นกกสอยที่ตากแห้งแล้วมากมัดเป็นมัด ๆ รอการย้อมสี

ขั้นตอนที่ 2 การย้อมสี

1. เลือกซื้อสีสำหรับย้อมกกสีต่าง ๆ ที่มีสีสดใสสวยงาม
2. ก่อไฟโดยไฟที่ใช้ต้องสม่ำเสมอ นำปื๊บ หรือกระทะใส่น้ำพอประมาณท่วมเส้นกกนำมาตั้งบนเตารอให้น้ำเดือดพอน้ำเดือดก็นำสีที่เลือกมาเทลง

5. นำเส้นกกที่คัดเลือกแล้วลงย้อมจนเพียงพอที่จะใช้ในการทอ
6. นำเส้นกกที่ย้อมสีแล้วล้างในน้ำเปล่าแล้วนำไปตากแดดให้แห้ง
7. นำเส้นกกที่ย้อมสีตากแห้งแล้วมาเก็บมัดรวมกัน โดยแยกเป็นสี

ขั้นตอนที่ 3 การทอเสื่อกก

1. กางโองที่ทำสำเร็จรูปแล้วมากาง
2. นำเชือกไนลอน/เส้นเอ็นสำหรับทอเสื่อมาโยงใส่ฟืมให้ตึงจนเสร็จ
3. ฟืมที่ใช้ต้องมีขนาดเท่ากับเส้นกก
4. นำเส้นกกที่ย้อมสีตากจนแห้ง พรมน้ำใส่เส้นกกที่จะทอให้พอนิ่ม มาทอจะได้เสื่อเนื้อแน่น
5. พอทอเสร็จก็ตัดแล้วหลังจากนั้นก็นำไปตากแดดให้แห้งสนิท
6. หลังจากนั้นก็นำมาเก็บในที่ร่ม

2.1.2.4 เทคนิคเคล็ดลับในการผลิต

เสื่อกกบ้านแพง จะใช้ต้นกกที่ปลูกตามไร่นาหรือแหล่งน้ำธรรมชาติซึ่งมีอายุที่พอเหมาะประมาณ 45 วัน หรือให้สังเกตที่ดอกจะเริ่มมีสีดำ เหมาะสมในการนำมาทอ ตากให้แห้งสนิท การใช้สีย้อมที่มีคุณภาพ “สีไม่ตกสี” และการย้อมด้วยน้ำเดือดที่ใสสี และสารส้มบดละเอียดเพื่อให้ได้สีสันทึบสดใส มันวาว พลิกเส้นกกแล้วนำวัสดุที่มีน้ำหนักกดทับเส้นกกจมลงในน้ำสีจะได้ทั่วถึงสม่ำเสมอในน้ำเดือด 10 นาที ยกขึ้นจากน้ำเดือด แล้วล้างในน้ำสะอาดที่ผสมน้ำส้มสายชู จะทำให้สีติดแน่น แล้วนำไปตากให้แห้ง



รูปที่ 2.3 ตัดต้นกกสด และคัดเลือกต้นกกที่มีขนาดเท่ากันไว้ด้วยกันหรือเรียกว่า “การทอน”

ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.4 นำต้นกกที่ตัดแล้วมาฉีกให้เป็นเส้นเล็กโดยใช้มีดที่มีปลายแหลมคม
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.5 นำเส้นกกที่สอยแล้วมาตากแดดให้แห้ง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.6 นำเส้นกกที่สอยซึ่งตากแห้งแล้วมามัดรวมเป็นมัด ๆ
 ที่มา: คม
 เขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.7 เส้นกกที่แตงนำมาต้มสี
 ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.8 เส้นกกที่ย้อมสีเสีจนำมาล้างน้ำ
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.9 เส้นกกที่นำมาตากแดดให้แห้ง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

การทอเสื่อกก อย่างน้อยต้องใช้คน 2 คน คือน คนทอที่จับแผ่นไม้กระแทกเส้นกก ให้แน่น อีกคนใช้ไม้ส่งเส้นกกเข้าไปที่ละเส้น ๆ อย่างเร็วอาจจะได้เสื่อ 2 ผืน ใน 1 วัน การทอเสื่อแบบนี้ ใช้กันมาตั้งแต่ปู่ย่าตายาย จนทุกวันนี้ก็ยังคงกรรมวิธีการเดิมไม่เปลี่ยนแปลง มีการออกแบบเครื่องทอ เสื่อขึ้นมาได้แต่ลวดลายก็จะแตกต่างกับงานทอมืออย่างเห็นได้ชัดใครชอบแบบไหนก็เลือกซื้อแบบนั้น



รูปที่ 2.10 ภาษาอีสานเรียก กางโอง หรือ การทอมือ
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

เสื่อกกทอด้วยเครื่อง ลวดลายของเสื่อที่ทอด้วยเครื่องทอเสื่อจะละเอียดกว่าเสื่อทอมือ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความชอบของลูกค้า ส่วนใหญ่จะนิยมใช้เสื่อทอมือ เราคนไทยสนับสนุนสินค้าไทย คุณภาพสมกับราคา แถมยังภูมิใจที่ใช้ของไทย

จากกระบวนการผลิตการทอเสื่อบ้านแพ่ง ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ และส่วนประกอบ ขั้นตอนการผลิตต่าง ๆ และเทคนิคในการผลิตในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพ่ง ได้เห็นกระบวนการผลิตการทอเสื่อของชาวบ้าน ตั้งแต่วัตถุประสงค์ ส่วนประกอบ ขั้นตอนต่าง ๆ และเทคนิคเคล็ดลับในการผลิต เช่น ต้นกกที่เหมาะสมในการนำมาทอเสื่อต้องมีอายุประมาณ 45 วัน สังเกตที่ดอกจะเริ่มมีสีดำ เส้นกกที่สอยเสร็จควรตากแดดจัด ๆ ให้แห้งสนิท ดังรูปที่ 2.6 ก่อนนำมาย้อมในน้ำที่เดือดไม่เพียงแต่ใส่สี ควรใส่สารส้มบดละเอียดลงไปด้วย ดังรูปที่ 2.7 เพื่อให้เสื่อไม่ตกสี สีสดใส และมันวาวน่าใช้มากขึ้น ส่วนสีติดแน่นต้องล้างน้ำสะอาดผสมด้วยน้ำส้มสายชู ดังรูปที่ 2.8 นี่คือภูมิปัญญาชาวบ้านที่ลองผิดลองถูกกันมาจนได้เทคนิคเคล็ดลับดี ๆ ในการผลิตสืบเนื่องมาถึง ณ ปัจจุบันนี้ ซึ่งผลของการลงพื้นที่ในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อความน่าเชื่อถืออีกทั้งสามารถนำเทคนิคเคล็ดลับในการผลิตที่ได้ไปใช้ในการกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ต่อไป

2.1.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาไทย กลุ่มอาชีพบ้านแพง

2.1.3.1 องค์ความรู้

ความหมายของภูมิปัญญาไทย มีความตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยอย่างยั่งยืน เกิดองค์ความรู้ และนวัตกรรมการออกแบบจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทยมีความสำคัญเป็นรากฐานในการดำรงชีวิตของสังคม โดยภูมิปัญญาไทยมีความหมายดังนี้ มาจากคำนาม 3 คำ “ภูมิ” “ปัญญา” และ “ไทย” ความหมายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554

ภูมิ (พูน) น. พื้น, ชั้น, พื้นเพ

ปัญญา (ป็น-ยา) น. ความรอบรู้, ความรู้ทั่ว, ความฉลาดเกิดแต่เรียนและคิด

ไทย (ไท) น. ชื่อประเทศที่อยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนติดต่อกับ

ลาว เขมร มาเลเซีย และพม่า

ภูมิปัญญาไทย เมื่อรวมกันจึงหมายถึง พื้นความรู้ความสามารถของคนไทย ชาติไทย และประเทศไทย

2.1.3.2 ความหมายตามทัศนะบุคคล

ปรีชา อุยตะกุล (2530: 9) ให้ความหมาย “ภูมิปัญญาไทย” ดังนี้ ภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่มีการสั่งสมกันมารุ่นสู่รุ่น เป็นการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิตการทำมาหากิน และพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้ เป้าหมายคือ เพื่อให้เกิดความสงบสุขทั้งในส่วนที่เป็นชุมชน หมู่บ้าน และส่วนที่เป็นตัวปัจเจกชนของชาวบ้านเอง

นันทสาร สีสลับ (2545: 16) ภูมิปัญญาไทย หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และเทคนิคการตัดสินใจ ผลิตผลงานของบุคคล อันเกิดจากการสะสมองค์ความรู้ทุกด้านที่ผ่านกระบวนการสืบทอด พัฒนา ปรับปรุง และเลือกสรรมาแล้วเป็นอย่างดี สามารถแก้ไขปัญหา และพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย

เอี่ยม ทองดี (2541: 49-72) ภูมิปัญญา มีลักษณะเป็นนามธรรม อย่างน้อยต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ คือ

1. ความคิด เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ที่เรียกว่า Cognitive System ซึ่งประกอบด้วย ระบบประสาท ระบบสมอง ทำหน้าที่คิดให้แก่ร่างกาย ส่วนที่เป็นจินตนาการ และผลของการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมวัฒนธรรม ความคิดดังกล่าวนี้จะเป็นแหล่งสำคัญหรือที่มาของความรู้อันเป็นองค์ประกอบของภูมิปัญญาปัญญา

2. ความรู้ มีการนำมาใช้ในลักษณะต่าง ๆ เช่น องค์ความรู้ ภูมิรู้ ปรากฏอยู่ในแนวคิด ทฤษฎีญาณวิทยาที่ว่าด้วยทฤษฎีแห่งความรู้ การสืบค้นกำเนิดแห่งความรู้ ธรรมชาติของความรู้ ความเป็นเหตุผล (Causality) องค์ความรู้เป็นหมวด ๆ (Category) ความรู้หรือองค์ความรู้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาที่กล่าวข้างต้น

3. ความเชื่อ เป็นพื้นฐานสำคัญของสังคมมนุษย์ มนุษย์แต่ละกลุ่มมีความเชื่อแตกต่างกันไป ซึ่งความเชื่อก็คือความศรัทธาหรือยึดมั่นถือมั่น ซึ่งเป็นแกนสำคัญในการดำเนินชีวิตและความมั่นคงของสังคม

4. ค่านิยม คือ สิ่งที่คนสนใจ ความปรารถนาอยากจะมี ปรารถนาจะเป็นที่ยกย่องหรือเป็นสิ่งที่บังคับต้องทำ ต้องปฏิบัติ ค่านิยมจึงเป็นพื้นฐานของการจัดรูปแบบพฤติกรรมที่ปรากฏอยู่ภายใน และแสดงออกเป็นพฤติกรรมในลักษณะต่าง ๆ ทางกาย วาจา และความคิด โดยสรุป ค่านิยมเป็นพื้นฐานสำคัญทางภูมิปัญญา เป็นบ่อเกิดพฤติกรรมของบุคคลแต่ละสังคม

5. ความเห็น คือ ภาวะที่เกิดขึ้นหลังจากบุคคลหรือชุมชนได้พิจารณาและใคร่ครวญโดยรอบคอบแล้วจึงลงมติตัดสินใจว่าควรแสดงออกในลักษณะอย่างไร เช่น เห็นด้วยทำตาม ยอมรับ ปฏิเสธ ร่วมมือ กระทำหรือดำเนินการเป็นต้น ซึ่งความเห็นในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นภูมิปัญญาประการหนึ่งที่มีผลสำคัญยิ่งต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาทั้งกาย วาจา และจิตใจ

6. ความสามารถ หมายถึง ศักยภาพ และประสิทธิภาพที่มีอยู่ภายในบุคคล เช่น ชุมชนในการที่จะจัดการเรื่องใดเรื่องหนึ่งในลักษณะเดียวกับสิ่งที่เรียกว่า “พรสวรรค์” ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะทางกาย และจิตใจร่วมกัน โดยแต่ละคนหรือชุมชนย่อมจะต้องมีแตกต่างกัน ฉะนั้น ความสามารถจึงเป็นภูมิปัญญาอีกประการหนึ่ง

7. ความฉลาดไหวพริบ หมายถึง ทักษะที่ปรากฏอยู่ภายในจิตใจ หรือจิตวิญญาณ เป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้แก้ไขป้องกันควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นหรือให้เป็นที่ไปตามที่ตนเองหรือชุมชนต้องการ (อริย วาณิชกร. 2559: 1-5)

จากองค์ความรู้ และทัศนะบุคคล ต่าง ๆ ได้กล่าวมา สรุปว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาไทย เมื่อรวมกันจึงหมายถึง พื้นความรู้ความสามารถของคนไทย ชาติไทยและประเทศไทย และทัศนะของบุคคลต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากความนึกคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม ความเห็น ความสามารถ และความฉลาดไหวพริบ

ดังนั้น องค์ประกอบของภูมิปัญญาจึงมีส่วนสำคัญทำให้ภูมิปัญญาที่มีอยู่เกิดคุณค่า และความภาคภูมิใจซึ่งได้แก่ ความคิดที่เกิดจากการจินตนาการจากสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ ความรู้อาจเกิดจากภูมิความรู้ที่ได้จากความเป็นเหตุผลที่แท้จริง ความเชื่ออันเป็นความศรัทธาหรือยึดมั่นถือมั่นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ค่านิยมเป็นพื้นฐานสำคัญทางภูมิปัญญาเป็นบ่อเกิดพฤติกรรมของบุคคลแต่ละสังคมเป็นสิ่งดีงาม ควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้มีการสืบทอดแก่ลูกหลาน ความเห็นที่เกิดจากพิจารณา รอบคอบพฤติกรรมที่แสดงออกมาทั้งกาย วาจา และจิตใจ ความสามารถอันเกิดจากพรสวรรค์หรือจากการฝึกฝนจนสามารถแก้ปัญหาของชุมชนได้ ความฉลาดไหวพริบการแก้ไข ย่อมเกิดขึ้นจากจินตนาการ ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ และค่านิยม การสั่งสมประสบการณ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้วสามารถสร้างองค์ความรู้ และสังเคราะห์ใหม่ให้มีความก้าวหน้า และนำมาใช้งานได้ดีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.1.3.3 ความสำคัญของภูมิปัญญา

ประเวศ วะสี (2536: 3) ได้แบ่งความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 4 ประการ

1. ความรู้ และระบบความรู้ ภูมิปัญญาเป็นระบบความรู้ที่ชาวบ้านมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ฉะนั้น ในการศึกษาเข้าไปสังเกตว่าชาวบ้าน “รู้อะไร” อย่างเดียวไม่พอ ต้องศึกษาด้วยว่าเขาเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นอย่างไร

2. การสั่งสม และการกระจายความรู้ ภูมิปัญญาเกิดจากการสั่งสม กระจายความรู้ ความรู้นั้นไม่ได้ลอยอยู่เฉย ๆ แต่ถูกนำมาบริการคนอื่น โดยมีกระบวนการที่ทำให้เขาสั่งสมความรู้ เราควรศึกษาด้วยว่ากระบวนการนี้เป็นอย่างไร

3. การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านไม่ได้มีสถาบันถ่ายทอดความรู้แต่มีกระบวนการถ่ายทอดที่ซับซ้อน ถ้าเราต้องการเข้าใจภูมิปัญญาท้องถิ่น เราต้องเข้าใจกระบวนการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งด้วย

4. การสร้างสรรค์ และปรับปรุง ระบบความรู้ของชาวบ้านไม่ได้หยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่ถูกปรับเปลี่ยนตลอดมา โดยอาศัยประสบการณ์ของชาวบ้านเอง

2.1.3.4 ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 10 กลุ่ม

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ ได้แบ่งประเภทของภูมิปัญญาไทยไว้ดังนี้

1. ด้านการเกษตร เช่น การเพาะปลูก การขยายพันธุ์ การเลี้ยงสัตว์ การเกษตรผสมผสาน การทำไร่นาสวนผสม การปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร

2. ด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม เช่น การจักสาน การทอ การช่าง การทอผ้า การแกะสลัก

3. ด้านการแพทย์แผนไทย เช่น หมอสมุนไพร หมอยากลางบ้าน หมอนวดแผนโบราณ หมอยาหม้อ

4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การบวชป่า สืบชะตาแม่น้ำ อนุรักษ์ป่าชายเลน

5. ด้านกองทุน และธุรกิจชุมชน เช่น ผู้นำในการจัดการกองทุนของชุมชน ผู้นำในการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการรักษายาบาล ผู้นำในการจัดระบบสวัสดิการ บริการชุมชน

6. ด้านศิลปกรรม เช่น การวาดภาพ (จิตรกรรม) การปั้น (ประติมากรรม) สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี การแสดง การละเล่นพื้นบ้าน นันทนาการ

7. ด้านภาษา และวรรณกรรม เช่น ความสามารถในการอนุรักษ์ และสร้างผลงานด้านภาษาวรรณกรรมท้องถิ่น การจัดทำสารานุกรมภาษา หนังสือโบราณ การฟื้นฟูการเรียนการสอนภาษาถิ่นของท้องถิ่นต่าง ๆ

8. ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี เช่น ความสามารถประยุกต์ และปรับใช้หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ปรัชญาความเชื่อ และประเพณีที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อบริบททางเศรษฐกิจ สังคมการถ่ายทอดวรรณกรรม คำสอน การประยุกต์ประเพณีบุญ

9. ด้านโภชนาการ เช่น ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์ และปรุงแต่งอาหาร และยากได้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในสภาวะการณ์ต่าง ๆ

10. ด้านองค์กรชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สวัสดิการตลาด กลุ่มออมทรัพย์ องค์กรด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้า กลุ่มทอเสื่อ กลุ่มตีมีด ตีขวาน เครื่องมือที่ทำจากเหล็ก กองทุนสวัสดิการชุมชน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (อรัญ วานิชกร. 2559: 5-7)

2.1.3.5 ภูมิปัญญาไทยในบริบทปัจจุบัน

ทำให้ทราบถึงแนวคิด ที่มา คุณค่า และความสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเกิดจากการต่อยอดภูมิปัญญาไทยสู่สากล และทราบถึงบทบาทที่นักออกแบบสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมภูมิปัญญาเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทัวโลกให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมเป็นอย่างมาก จากปัจจุบันที่ธุรกิจการตลาดจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของสินค้า และผลิตภัณฑ์ประเทศไทยเองก็ได้ให้ความสำคัญและได้กำหนดนโยบายในการต่อยอดภูมิปัญญาด้วยความคิดสร้างสรรค์

2.1.3.6 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์การว่าด้วยการค้า และการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) กล่าวถึงเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในภาพกว้างว่า เป็นแนวความคิดในการพัฒนา และสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์

องค์การทางทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทความสำคัญทางทรัพย์สินทางปัญญาว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรม ซึ่งรวมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้า และบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ได้รับความนิยมและมีการ นำไปใช้อย่างจริงจังในหลายประเทศทั่วโลก

จากการแบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 4 ประเภทคือ ความรู้ การส่งเสริม การกระจายความรู้ การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน และการสร้างสรรค์ ปรับปรุง ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นในบริบทปัจจุบัน

ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านระบบความรู้ภูมิปัญญาแบบเป็นระบบ ที่ชาวบ้านมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ภูมิปัญญาเกิดจากการสั่งสม และการกระจายความรู้มี กระบวนการที่ทำให้เขาสั่งสมความรู้ผ่านกระบวนการถ่ายทอดที่ซับซ้อน เข้าใจภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งด้วย การสร้างสรรค์ และปรับปรุง ระบบความรู้ของ ชาวบ้านไม่ได้หยุดนิ่งปรับเปลี่ยนตลอด โดยอาศัยประสบการณ์ของชาวบ้านเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดอยู่ในกลุ่มด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม เช่น การจักสาน การทอ เป็นต้น ปัจจุบันภูมิปัญญาไทยทำให้ ทราบถึงแนวคิด ที่มา คุณค่า ความสำคัญของตัวผลิตภัณฑ์ชุมชน และตัวของนักออกแบบเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาทำให้เกิดนวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันตลาด ต้องการความแตกต่างของสินค้า ในการต่อยอดภูมิปัญญาด้วยความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เครื่องมือ ใช้สอยจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ก่อนนักออกแบบจะทำการออกแบบ ควรที่จะศึกษาประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ตลอดจนรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม การเก็บข้อมูลด้วยการร่าง ภาพ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้เกิดประสบการณ์จากทัศนะหรือการมองเห็น เกิด ความคุ้นเคยกับเส้นสาย รูปทรง ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นคือสุนทรียภาพ เมื่อเกิดความซาบซึ้ง ในภูมิปัญญาท้องถิ่น จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ความรู้สึกที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นดั้งเดิม ช่วยให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบที่คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ และเรื่องราวอันทรงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ นั้นเอง

2.1.3.7 หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือ OTOP เป็นคำย่อที่มาจากคำว่า One Tambon One Product ที่นำเอาไอเดียมาจากประเทศญี่ปุ่นในโครงการ OVOP หรือ One Village One Product

ซึ่งเป็นโครงการของรัฐบาลเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเป็นโครงการหนึ่งของรัฐบาลที่มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั่นเอง

แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล พึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเสริมสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพ ความรู้ความสามารถของท้องถิ่น การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) พุ่มพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์ (อรัญ วาณิชกร. 2559: 23-27)

2.1.4 อัตลักษณ์ของกลุ่มอาชีพบ้านแพง

2.1.4.1 อัตลักษณ์

ความแตกต่างระหว่างคำว่า “เอกลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกัน เช่น ลักษณะการใช้กาลแกในงานสถาปัตยกรรมของคนในภาคเหนือ สร้างให้เกิดรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของอาคาร ที่พักอาศัยในแบบล้านนา ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” ตามคำนิยามของ (เสรี พงศ์พิศ. 2553: 192-193 อ้างในปฐวี ศรีโสภา. 2553: 12) นั้นหมายถึง การสำนึกว่าตนเองเป็นใคร มีความแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร มีอะไรที่เป็นลักษณะเฉพาะ ทั้งในมุมมองของตนเอง และในมุมมองจากผู้อื่น ที่มุ่งเน้นไปที่บุคคลหรือองค์กร ที่ประกอบไปด้วยเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์

2.1.4.2 ความเข้าใจระหว่าง ภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์

องค์กร และคนทั่วไป มีลักษณะเฉพาะที่มีวัฒนธรรม และปรัชญาขององค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้นเครื่องหมายการค้า ที่ถือเป็นส่วนที่เห็นได้ของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ช่วยให้องค์กรมีความเป็นตัวตน และมีบุคลิกภาพมากขึ้น โดยผ่านทางสัญลักษณ์ ซึ่งสัญลักษณ์นี้จะช่วยสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ขององค์กรในแง่บวก

ภาพลักษณ์องค์กร คือ เกิดจากภาพความประทับใจโดยรวมที่องค์กรได้รับมาจากสาธารณะผ่านผลิตภัณฑ์ นโยบาย กิจกรรม และการโฆษณา ภาพลักษณ์ คือ สิ่งที่องค์กรได้รับมาขณะที่เอกลักษณ์ คือ สิ่งที่องค์กรเป็น ฉะนั้นเอกลักษณ์องค์กรจึงเป็นการแสดงออกทางกราฟฟิกทั้งของภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ (De Neve 1992:3) (De Neve. 1992: 3 อ้างในอรุณพร เพชรานนท์. 2557: 7)

ภาพลักษณ์ขององค์กรถูกพัฒนาขึ้นมาจากองค์กร เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร เช่นคนภายนอกมองอย่างไร หรือบริษัทคิดอย่างไร ซึ่งการที่สร้างความประทับใจนั้นสามารถสร้างได้จากตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งความประทับใจอาจรวบรวมมาจากทั้งในส่วนของพนักงาน ผู้บริโภค สื่อมวลชน เป็นต้น และนำมาทำให้เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้เห็น

ภาพองค์กรที่ควรจะเป็น ภาพลักษณะนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามทิศทางของข้อมูลต่าง ๆ เปลี่ยนไป ข้อมูลที่เข้ามาใหม่จะถูกนำมาใช้เพื่อปรับภาพลักษณ์ให้เหมาะสมมากขึ้น

ข่าวสารที่องค์กรส่งออกไปนั้นเป็นแนวทางให้เห็นภาพลักษณ์องค์กรทั้งในส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด หรือบุคคลทั่วไป ซึ่งถ้าข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไปมีประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้เกิดแรงตอบสนอง

1. แรงตอบสนองอย่างแรงทางอารมณ์

แรงตอบสนองจะช่วยบอกช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการที่จะใช้ภาพลักษณ์นั้น ภาพลักษณ์ที่ดีก็มักจะทนต่อแรงกดดัน และแรงตอบสนองจากภายนอกที่มักจะได้รับการยอมรับจากผู้บริหารเสมอ ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือด้านบวกนั้นมักจะต้องอาศัยทั้งพลังจากภายใน และภายนอกองค์กร

2. อำนาจของผู้บริโภค

การที่จะมีอำนาจ และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในสินค้าหรือบริการที่ตนเองได้รับ และต้องการที่จะบริโภคสินค้าหรือบริการที่ดีได้ จะต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า และบริการเหล่านั้น

3. ในแง่ของประสบการณ์ การสร้างความมั่นใจ และชื่อเสียง

การมีประสบการณ์ การสร้างความมั่นใจ และชื่อเสียง หากองค์กรมีสิ่งเหล่านี้แล้วก็สามารถจะนำเสนอสินค้าใหม่ของตนเองได้ เพียงแต่ใช้การโฆษณาเข้ามาช่วย

4. กระบวนการที่ใช้ระยะเวลา

กระบวนการที่สร้างภาพลักษณ์เป็นกระบวนการที่ค่อนข้างช้า และการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ไม่ใช่เรื่องง่าย การสร้างภาพลักษณ์อาจเกิดระยะเวลาตั้งแต่แรกเริ่มจากการตั้งธุรกิจ

เอกลักษณ์องค์กร เป็นการปรากฏให้เห็นของภาพลักษณ์องค์กร มันประกอบด้วยสัญลักษณ์ ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์ที่พึงพอใจ

เอกลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ ก็เหมือนภาพลักษณ์ที่ดี ที่จำเป็นจะต้องมีลักษณะเฉพาะได้แก่

1. สัญลักษณ์ที่ทำให้องค์กรดูมีพลัง

ในการสร้างเครื่องหมายการค้าที่ดีควรอยู่บนพื้นฐานความเรียบง่าย ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายรูปของเบนซ์ ที่ดูเรียบง่าย สื่อความหมายชัดเจนในเรื่องของคุณภาพ



รูปที่ 2.11 โลโก้เบนซ์

ที่มา: https://th.pngtree.com/freepng/mercedes-benz-logo_1374129.html

2. สัญลักษณ์ที่เป็นตัวกระตุ้นที่ทรงพลัง

เครื่องหมายที่มีประสิทธิภาพ ก็คือความสามารถในการกระตุ้นให้เกิดแรงตอบสนองต่อสินค้าและองค์กร หากสัญลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพยอมทำให้ผู้บริโภคนึกถึงสินค้า และจดจำองค์กรได้ดี

3. เกล็ดไข่มุกที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนด้านการโฆษณา

หน้าที่ของสัญลักษณ์ขององค์กรคือ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสนับสนุนองค์กร เช่น การโฆษณาหรือการจัดโปรโมชั่นเป็นครั้ง ๆ ไป สัญลักษณ์ขององค์กรนั้นจะอยู่คู่กับองค์กร เช่น สัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (อังกฤษ: The Siam Commercial Bank Public Company Limited ชื่อย่อ: SCB) เป็นธนาคารไทยแห่งแรกในประเทศ ก่อตั้งโดยพระบรมราชานุญาตในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อปี พ.ศ. 2449 ปัจจุบันมีสาขาทั้งสิ้น 1270 สาขา



รูปที่ 2.12 โลโก้ธนาคารไทยพาณิชย์ SCB

ที่มา: https://www.matichon.co.th/publicize/news_275615

4. เกล็ดไข่มุกต้องเป็นสิ่งที่ดีจำได้

การสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรนั้น คือ จะต้องมีความสัมพันธ์สองประการที่สำคัญ คือ ต้องชวนให้คิด และต้องทำให้นึกถึงตลอดเวลา

การชวนให้คิด คือ การที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องซื้อสินค้า แล้วนึกถึงชื่อหรือเอกลักษณ์ของบริษัท ส่วนการทำให้นึกถึง คือ เมื่อลูกค้าเห็นสัญลักษณ์ของบริษัท แล้วก็นึกถึงรายละเอียดอื่น ๆ หรือสินค้าของบริษัท เอกลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ ต้องสามารถทำให้เกิดแรงตอบสนองทั้งสองอย่างนี้

ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ไม่เป็นเหมือนกับที่ต้องการจะสื่อสารออกไป ทำให้เกิดผลด้านลบกับตัวมันเอง ดังนั้นในการปรับเอกลักษณ์องค์กรนั้น ควรที่คำนึงถึงปัญหาที่เกิดกับเอกลักษณ์นั้น ๆ และเอกลักษณ์กับภาพลักษณ์สามารถผสมกลมกลืนกันได้ดีแล้วก็จะส่งผลให้องค์กรมีภาพลักษณ์ตรงตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญทางด้านเอกลักษณ์องค์กร กับบริษัทที่เป็นลูกค้า ก็เหมือนกับความสัมพันธ์ของนักจิตวิทยากับคนไข้ ที่มีหน้าที่ในการทำให้ลูกค้าหรือคนไข้ของตนนั้นรู้ว่าตัวเองจริง ๆ แล้วนั้นเป็นอย่างไร และมีลักษณะอย่างไร

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาพลักษณ์ หรือคุณหมอมทางด้านภาพลักษณ์ ก็มีหน้าที่ในการเป็นเสมือนกระจก ที่ช่วยให้องค์กรมองเห็นตัวเองมากขึ้น ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องใช้ความกล้าหาญพอสมควรที่จะยอมรับ และมองตัวเองในแบบที่คนภายนอกมองเห็น ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถจัดการภาพลักษณ์ของตนเสียใหม่ โดยผ่านทาง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองกับความหลากหลายของผู้บริโภคได้มากขึ้น (อรรถพร เพชรานนท์. 2557: 7-11)

เอกลักษณ์ขององค์กร คือ เป็นภาพลักษณ์ที่พึงพอใจซึ่งได้มา และสื่อสารจากองค์กรสู่สาธารณชนผ่านความคงเส้นคงวาของการสื่อสารรูปลักษณ์

ระบบเอกลักษณ์ ระบบที่ใช้ในการสื่อสารอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ช่วยให้จดจำองค์กร และรู้จักองค์กร รวมถึงกิจกรรมขององค์กรได้ง่าย

สัญลักษณ์ เครื่องหมายรูปภาพ ที่ทำให้องค์กรมีความโดดเด่น ทั้งธุรกิจ และสินค้า โลโก้ คือ ชื่อขององค์กร ที่ถูกออกแบบให้มีความเป็นเอกภาพไม่เหมือนใคร สิ่งสำคัญ (Signature) ทั้งโลโก้ และสัญลักษณ์ขององค์กร ใช้เพื่อจัดการที่หลากหลายในองค์กร และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

สีขององค์กร คือ สีที่ถูกเลือกมาสำหรับเป็นตัวแทนขององค์กร

ป้ายตัวอักษร ลักษณะของตัวอักษรที่ใช้เป็นสิ่งสำคัญขององค์กร ในงานเอกสารต่าง ๆ เช่น การโฆษณาต่าง ๆ (อรรถพร เพชรานนท์. 2557: 51)

2.1.4.3 อัตลักษณ์องค์กร

คุณลักษณะที่สำคัญของอัตลักษณ์องค์กร (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. 2541: 15 อ้างในปฐวี ศรีโสภา. 2553: 13) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะตัวของอัตลักษณ์องค์กรที่ประกอบด้วยคุณลักษณะในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

1. เข้าใจได้ง่าย ไม่ก่อให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดได้
2. น่าจดจำ
3. ช่วยกระตุ้นให้นึกถึง ชื่อ ประเภท และรูปแบบขององค์กรนั้น ๆ
4. สามารถใช้อย่างง่าย ใช้เป็นตัวแทนได้ยาวนาน
5. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง

2.1.4.4 รูปแบบของอัตลักษณ์องค์กร

(Wally Olins, 1990. อ้างในปฐวี ศรีโสภา. 2553: 14-15) กล่าวว่าเมื่อเข้าใจถึงรูปแบบโครงสร้างขององค์กรแล้วการที่จะสื่อสารให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงลักษณะโครงสร้างหรือการบริหารงานขององค์กร จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องของระบบอัตลักษณ์ได้แบ่งระบบอัตลักษณ์ขององค์กรออกได้ 3 ลักษณะ คือ

1. อัตลักษณ์แบบเดี่ยว (Monolithic Identity)

เป็นการวางระบบอัตลักษณ์ที่กำหนดให้บริษัทสาขาทุกแห่งรวมทั้งบริษัทแม่ใช้รูปแบบสัญลักษณ์ และองค์ประกอบเรขาคณิตแบบเดียวกันทั้งหมด เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์เดียวกันไปสู่ผู้บริโภค ระบบอัตลักษณ์ประเภทนี้เป็นการแสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน และประหยัดที่สุดในการที่จะแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานเดียวกันของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้กับผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก ตลอดจนบุคลากรขององค์กร แต่การสร้างระบบอัตลักษณ์นี้ จำเป็นต้องแสดงออกถึงบุคลิก และคุณภาพที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งด้วย

2. อัตลักษณ์แบบมีการรับรอง (Endorsed Identity)

เป็นรูปแบบของการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลายประเภท หรือเป็นลักษณะกลุ่มองค์กร การสร้างระบบอัตลักษณ์แบบนี้แต่ละองค์กรในเครือควรมีอัตลักษณ์ของตนเอง โดยที่อัตลักษณ์นั้นจะต้องแสดงถึงความเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมขององค์กรแม่

ร่วมกับสัญลักษณ์ของแต่ละองค์กร ด้วยวิธีนี้บริษัทสาขาเหล่านี้จึงสามารถแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันได้ และสามารถบ่งบอกถึงลักษณะหรือขอบเขตของธุรกิจที่ดำเนินการ

3. อัตลักษณ์ที่ใช้ตราหรือชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ (Branded Identity)

อัตลักษณ์ประเภทนี้จะใช้กับองค์กรที่เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ชนิดซึ่งอาจอยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือไม่ก็ได้ และมักนิยมใช้กับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเป็นหลักการสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้ มาจากหลักความจริงที่ว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่ผลิตโดยบริษัทต่าง ๆ มักจะมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งสร้างความแตกต่างด้วยการสร้างคุณสมบัติหรือคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ด้วยการใช้อัตลักษณ์ การโฆษณา หรือการส่งเสริมการขายให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น

สิ่งหนึ่งที่ควรคำนึงถึงในการสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้ก็คือ ความแยกแยะแนวคิดของการสร้างอัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ออกจากอัตลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งานอัตลักษณ์นั้น

คุณลักษณะเฉพาะตัวของอัตลักษณ์องค์กรด้วยคุณลักษณะในหลายด้าน และรูปแบบโครงสร้าง ที่จะสื่อสารให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงลักษณะโครงสร้างหรือการบริหารงานขององค์กร ต้องอาศัยความเข้าใจระบบอัตลักษณ์ขององค์กร 3 ลักษณะ

ดังนั้น คุณลักษณะเฉพาะตัวของอัตลักษณ์องค์กรประกอบด้วยคุณลักษณะในด้าน เข้าใจได้ง่ายไม่ก่อให้เกิดความสับสน น่าจดจำ กระตุ้นให้นึกถึง ชื่อ ประเภท และรูปแบบขององค์กร ใช้งานใช้เป็นตัวแทนได้ยาวนาน และนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อต่าง ๆ ได้ ส่วนความเข้าใจระบบอัตลักษณ์ขององค์กร 3 ลักษณะ คือ 1. อัตลักษณ์แบบเดียว ใช้รูปแบบสัญลักษณ์ และองค์ประกอบเรขาคณิตแบบเดียวกันทั้งหมดเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์เดียวกันไปสู่ผู้บริโภคเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน และประหยัดที่สุด 2. อัตลักษณ์แบบมีการรับรองเป็นรูปแบบของการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับองค์กรที่ประกอบธุรกิจแต่ละองค์กรในเครือควรมีอัตลักษณ์ของตนเอง จะต้องแสดงถึงความเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมขององค์กรแม่ ร่วมกับสัญลักษณ์ของแต่ละองค์กร 3. อัตลักษณ์ที่ใช้ตราหรือชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ ใช้กับองค์กรที่เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หลายชนิด อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือไม่ก็ได้ และมักนิยมใช้กับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเป็นหลักการสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้ ควรคำนึงถึง ความแยกแยะแนวคิดของการสร้างอัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ออกจากอัตลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งานอัตลักษณ์นั้น

2.1.4.5 เอกลักษณ์ระดับโลก (Global Identity)

ในการจัดการเอกลักษณ์ระดับโลกจึงไม่ใช่เพียงประเด็นกลยุทธ์กว้าง ๆ ของการเลือกเป้าหมายที่ถูกต้อง และการวางตำแหน่งทางการตลาดแต่เป็นเรื่องที่ว่า จะตั้งมาตรฐานบริษัทหรือองค์ประกอบของเอกลักษณ์ของแบรนด์ข้ามชาติ และวัฒนธรรมหรือไม่ หรือจะให้แต่ละตลาดสร้างเอกลักษณ์กันเอง

ด้วยกลยุทธ์การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน องค์กรจะเสนอเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกันทั่วโลก การทำให้ได้มาตรฐานมักจะนิยมกัน แต่องค์กรหลายแห่งต้องการศึกษาถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น อันเนื่องมาจากความแตกต่างในการรับรู้และความนิยมสำหรับองค์ประกอบของสุนทรียภาพ รูปแบบฉิม และความประทับใจ กลยุทธ์สร้างเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่ได้ผลนั้นต้องการ

ความใส่ใจอย่างยิ่งต่อวัฒนธรรมที่องค์กรกำลังตั้งเป้าการตลาดไว้ ไม่แค่เพียงการเอาใจใส่ต่อกลยุทธ์แบบกว้าง ๆ เท่านั้นหากแต่เป็นการเอาใจใส่ต่อรายละเอียดด้านสุนทรียภาพด้วย

การตัดสินใจจะทำเอกลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานหรือเฉพาะท้องถิ่น ความแตกต่างในการตั้งชื่อองค์กรและแบรนด์ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบแรกเริ่มด้วยสไตล์สุนทรียภาพ สี และความประทับใจโดยรวม ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า วิธีการสร้างเอกลักษณ์แบบท้องถิ่นได้ผลดีกว่าการสร้างให้เป็นมาตรฐานเดียวกันสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ระดับโลก แต่กลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ท้องถิ่นมีค่าใช้จ่ายสูงกว่า อย่างไรก็ตาม การสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเป็นทางเลือกที่สามารถทำได้โดยขึ้นกับปัจจัยหลัก 3 ประการ รวมกับทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของต่างประเทศ

1. ปัจจัยด้านองค์กร และการแข่งขัน

ตัวแปรสำคัญที่จะกระทบต่อการทำเอกลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานหรือเฉพาะท้องถิ่น คือ ความง่ายที่เอกลักษณ์สามารถปรับใช้ให้เข้ากับสภาวะท้องถิ่น เช่น ไม่ง่ายนักที่สายการบินแห่งชาติจะปรับองค์กรให้เข้ากับสภาพท้องถิ่น สายการบินส่วนใหญ่มุ่งเน้นมาตรฐานเท่าที่จะเป็นไปได้ ระดับของการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานหรือท้องถิ่นต่างก็ขึ้นกับกิจกรรมของคู่แข่งด้วยว่าคู่แข่งใช้มาตรฐานสากลหรือมาตรฐานท้องถิ่น เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้สุนทรียภาพ และวัฒนธรรมของการตลาด 4 ด้าน ซึ่งท้าทายต่อการสร้างมาตรฐานสากลได้แก่

2.1 สิ่งประดิษฐ์ทางกายภาพ

2.2 ภาษา ต่อการจัดการเอกลักษณ์ระดับนานาชาติมี 2 ด้าน คือ ความหมายของคำ และระบบการเขียน ความท้าทายมักจะเป็นเรื่องการสร้างความประทับใจ ผ่านระบบการเขียนที่แตกต่างกันไป ในประวัติศาสตร์ของความเจริญระบบ 3 ชนิด ได้ถูกสร้างขึ้นสำหรับเชื่อมสัญลักษณ์ที่มองเห็น กับเนื้อหาของภาษา นั่นคือ ตัวพยัญชนะ

2.3 ค่านิยม ความแตกต่างระหว่างชาติและวัฒนธรรม อธิบายได้ในรูปของบรรทัดฐานของสังคมหรือค่านิยม

2.4 ขนบธรรมเนียม เช่นเดียวกับค่านิยม ขนบธรรมเนียมนั้นต่างกันไปทั่วโลก มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อ และเป็นประโยชน์ต่อทีมการจัดการเอกลักษณ์

3. ปัจจัยด้านอุตสาหกรรม และประเภทของผลิตภัณฑ์

ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันออกไปตามประเภทของอุตสาหกรรม สินค้า ต้องมีการประเมินระดับความแตกต่างที่มีอยู่ของอุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์เฉพาะในตลาดหรือประเทศเป้าหมาย

4 ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ต่างประเทศ

ธุรกิจข้ามวัฒนธรรมเพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากการค้าขายข้ามแดน ดังนั้นผู้บริโภคทั่วโลกจะได้รับการเปิดหูเปิดตาต่อเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ที่เป็นต่างประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ ระดับ และความเร็วที่พวกเขาจะรับเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ใหม่เหล่านี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติของพวกเขาต่อภาพลักษณ์ต่างประเทศ (อรรถพร เพชรานนท์. 2557: 66-67)

อิมที่จะประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับความสามัคคี ซึ่งเน้นความคิดแบบอิสระ และค่านิยมของแต่ละบุคคลมากกว่าความรู้ และความเคารพต่ออิมเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จขององค์กร

ดังนั้น การจัดการเอกลักษณ์ระดับโลก ประกอบด้วย การรับรู้ และความนิยมทางสุนทรียภาพ แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมต่าง ๆ การตัดสินใจที่เป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้เป็นมาตรฐานสากลหรือทำให้เป็นท้องถิ่น ได้รับอิทธิพล 4 ประการ คือ 1. ข้อจำกัดที่ถูกระบุโดยองค์กรเองหรือคู่แข่ง 2. ลักษณะของวัฒนธรรมของตลาดเป้าหมาย 3. ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมภายในอุตสาหกรรมหรือประเภทสินค้า 4. ทศนคติทางวัฒนธรรมต่อวัฒนธรรมต่างประเทศ ฉะนั้นการจัดการเอกลักษณ์ระดับโลกที่ประสบความสำเร็จได้ด้วยการจัดเตรียมวางแผนอย่างรอบคอบด้วยความระมัดระวัง

2.2 เครื่องจักสาน ตันกก

เครื่องจักสาน ถือว่า เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ต้องการเพื่อตอบสนองต่อการใช้สอยในชีวิตประจำวัน ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงมีการสร้างงานเครื่องจักสานที่แตกต่างกัน ด้วยประโยชน์ใช้สอย รูปทรงลวดลาย เกิดจากการคิดค้นของมนุษย์เป็นผู้ที่มีสุนทรียศาสตร์ทางด้านความงาม มักซ่อนเร้นความงามไว้ในสิ่งของที่ตนเองผลิตขึ้นเสมอ เครื่องจักสานมีการสืบทอดงานฝีมือที่เป็นงานหัตถกรรมมาหลายชั่วอายุคน มีการประยุกต์ดัดแปลงมาโดยตลอด

ปัจจุบันงานเครื่องจักสานไม่เป็นแต่เพียงของใช้ในครัวเรือน ของใช้ในชีวิตประจำวัน ของใช้ในการประกอบอาชีพ และของใช้ในพิธีกรรมความเชื่อต่าง ๆ แต่เป็นสิ่งของที่สามารผลิตเพื่อเป็นธุรกิจในครัวเรือนได้ เครื่องจักสานหรืองานหัตถกรรมพื้นบ้าน เรียกอีกอย่างว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมองว่า หากชุมชนเข้มแข็ง มีรายได้แบบพึ่งพาตนเองโดยอาศัยจุดเด่นของชุมชนมาเป็นจุดขายของชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นภาพสะท้อนให้เห็นในหลายเรื่อง ข้อดี คือ ทำให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขสามารถทำงานสร้างรายได้ในท้องถิ่นตนเองได้ ลดการเคลื่อนย้ายแรงงาน ถึงแม้ผลตอบแทนจะยังไม่ค่อยอยู่ แต่ก็ถือว่าดี เป็นที่พึงพอใจของชาวบ้าน เพราะทำให้มีงานทำ ได้อยู่กับครอบครัวของตนเอง และเป็นนายตนเอง ข้อด้อย คือ ภาครัฐมีการลงทุนสูง ต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากการผลิตเพื่อใช้สอยเป็นแบบธุรกิจ ต้องเข้าใจผู้บริโภค และมีกลุ่มผู้บริโภคที่ชัดเจน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ถูกใจผู้บริโภค สร้างความเข้าใจกลไกทางการตลาดเป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 เครื่องจักสาน งานหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย

2.2.1.1 เครื่องจักสาน

เครื่องจักสาน เป็นงานหัตถกรรมของชาวบ้านที่มีการสืบทอดกันมาแต่โบราณ เป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นงานที่เกิดจากกระบวนการจักสาน จากคำว่า จัก เป็นการนำวัสดุประเภทลำ เช่น ไม้ไผ่ หวาย คล้า เตย ผือ ไผ่ กล้วย ไม้ เป็นต้น มาจักเป็นเส้นด้วยมีดจักตอก จึงนำเส้นตอกที่ได้จากการจักมาสานด้วยลายสานต่าง ๆ จนเกิดเป็นรูปทรงสิ่งของเครื่องใช้ ด้วยกรรมวิธี 2 อย่าง คือ “จัก และสาน” ที่เรียกกันติดปากว่า เครื่องจักสาน แม้ว่าในปัจจุบันผลิตภัณฑ์บางอย่าง

อาจจะไม่ได้ผ่านขั้นตอนของการ จัก เป็นเพียงการเหลาแล้วนำมาสานเลยหรือไม่ต้องทำอะไรกับวัสดุเลย เป็นเพียงการนำมาสานก็ยังคงเรียกสิ่งของนั้นว่า เครื่องจักสาน

แถบทวีปเอเชียด้วยเหตุที่ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ที่ทำให้เกิดวัสดุที่มีความเหมาะสมกับงานจักสานมากมาย และเราจะพบเครื่องจักสานมีการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มาแต่โบราณ วัสดุที่มีความเหมาะสมกับงานจักสาน โดยเฉพาะไม้ไผ่ และหวาย จากการพิจารณาถึงรูปแบบเครื่องจักสานก็จะพบว่า แต่ละแห่งมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันซึ่งกันไปตามลักษณะของความจำเป็นในการใช้สอย ลายสานอาจมีลายแตกต่างกันบ้าง เหมือนกันบ้าง ตามความละเอียดถูกสร้างสรรค์เฉพาะถิ่น ตามสไตล์ของแต่ละชนชาติ วัสดุที่นำมาใช้มักจะมีการผลิตตามความเหมาะสมในการผลิต สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษของแต่ละยุค วัสดุที่เคยใช้ในอดีตบางอย่างก็อาจถูกทดแทนด้วยวัสดุอื่นไปบ้าง เนื่องจากการหายาก และวัสดุทางเลือกที่มีการสังเคราะห์ขึ้นใหม่ สามารถนำมาใช้ทดแทนกันได้ อย่างไรก็ตามการปรับตัวของเครื่องจักสานก็ไปไปตามการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน และยังคงอยู่ได้ ที่มนุษย์ยังคงทำมาหากินแบบอิงธรรมชาติอยู่ เครื่องจักสานมีอยู่ 3 ประเภท คือ คำว่า เครื่องจักสานในวิถีชีวิต เครื่องจักสานร่วมสมัย และเครื่องจักสานตามสมัยนิยม

1. เครื่องจักสานในวิถีชีวิต เครื่องจักสานประเภทนี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นเครื่องจักสานที่ขาดไม่ได้ เช่น กระด้ง กระติบข้าวเหนียว หวดนึ่งข้าวเหนียว ช้อน กะต๋ำ (ตะกร้า) อุปกรณ์ดักจับสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ และอื่น ๆ เครื่องจักสานสามารถจำแนกประเภท เช่น เครื่องจักสานในการเกษตรกรรม เครื่องจักสานเกี่ยวกับที่พักอาศัย ปัจจุบันเครื่องจักสานในวิถีชีวิตยังคงเป็นที่นิยมใช้กันทั่วไป ถึงแม้จะมีการคิดค้นวัสดุอื่นทดแทน แต่ก็ไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการใช้เครื่องจักสานในชุมชนได้ ด้วยเหตุที่คุณสมบัติการใช้งานที่ดี เหมาะสม ราคาถูก และสามารถผลิตได้ทั่วไป สิ่งที่สำคัญคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. เครื่องจักสานร่วมสมัย ด้วยสภาพความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันเกิดชุมชนเมือง และชุมชนท้องถิ่นยังคงมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิม แต่ชุมชนเมืองเป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่ได้รับอิทธิพลจากโลกภายนอก ได้รับความเจริญมาจากหลายประเทศ มีเทคโนโลยี มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น แต่ความต้องการของใช้จากวัสดุธรรมชาติก็ยังคงอยู่ มีการปรับเปลี่ยนการใช้ระหว่างสิ่งของเครื่องใช้จากวัสดุธรรมชาติกับสิ่งของสมัยใหม่เกิดขึ้นจึงมีความจำเป็นในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ตอบสนองคนที่อยู่ในชุมชนเมืองหรือสังคมเมืองนี้ว่า เครื่องจักสานร่วมสมัย เป็นการนำสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาในอดีต รูปแบบ รูปทรง ลวดลาย สี มาประยุกต์ใช้งานเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้สอยในรูปแบบใหม่ เป็นความร่วมมือระหว่างสิ่งเก่า และสิ่งใหม่ ทำให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้รำลึกถึงรากเหง้าของความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เช่น ตะกร้าใส่ผ้า โคมไฟ แจกัน กล้องต่าง ๆ เป็นต้น

3. เครื่องจักสานตามสมัยนิยม เป็นเครื่องจักสานในรูปแบบ Modern มีความทันสมัย เป็นความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบไม่จำเป็นต้องยึดติดกับรูปแบบดั้งเดิม ผู้ออกแบบสามารถสร้างสรรค์งานจักสานได้อย่างอิสระ ทั้งด้านการสร้างสรรค์รูปทรง ลายสาน การผสมผสานวัสดุอื่น ๆ งานจักสานประเภทนี้มีลักษณะเป็นที่ถูกใจของคนนานาชาติ เป็นรูปแบบของการสนองความต้องการที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร มีกระบวนการผลิตแนวใหม่ เช่น งานเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์สำหรับงานตกแต่งอาคารสถานที่ โคมไฟ และอื่น ๆ (ศักดิ์ชาย ลีภา. 2552: 85-87)

เครื่องจักสานกนกเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านในปัจจุบัน ข้อดี ข้อด้อย และเครื่องจักสานมีอยู่ 3 ประเภท คือ เครื่องจักสานในวิถีชีวิต เครื่องจักสานร่วมสมัย และเครื่องจักสานตามสมัยนิยม

ดังนั้น ผู้วิจัยพิจารณาว่ารายละเอียดของเครื่องจักสาน “จัก” เป็นการจักเป็นเส้นด้วยมีดจักตอก จึงนำเส้นตอกที่ได้มาสานจนเกิดเป็นรูปทรงสิ่งของเครื่องใช้ ด้วยกรรมวิธี 2 อย่าง คือ “จักและสาน” ที่เรียกกันว่า เครื่องจักสาน เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อตอบสนองการใช้ในชีวิตประจำวัน จากความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม และการคิดของมนุษย์ทางด้านความงาม เครื่องจักสานมีความแตกต่างกัน ด้วยประโยชน์ใช้สอย รูปทรง ลวดลาย เป็นการสืบทอดงานหัตถกรรม ในปัจจุบันงานเครื่องจักสานเป็นธุรกิจในครัวเรือน เครื่องจักสานหรืองานหัตถกรรมพื้นบ้าน เรียกอีกอย่างว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นจุดขายของชุมชน ข้อดี คือ สร้างรายได้ในท้องถิ่น ลดการเคลื่อนย้ายแรงงาน ได้อยู่กับครอบครัว และเป็นนายตนเอง ข้อด้อย คือ ภาครัฐมีการลงทุนสูง ต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากการผลิตเพื่อใช้สอยเป็นแบบธุรกิจ ต้องเข้าใจผู้บริโภค เครื่องจักสานมีอยู่ 3 ประเภท คือ 1. เครื่องจักสานในวิถีชีวิต คนในท้องถิ่น เช่น กระจัง กระจับปี่ข้าวเหนียว หวดนึ่งข้าวเหนียว ช้อง กะต่า อุปกรณ์ดักจับสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ ปัจจุบันเป็นที่นิยมใช้กันทั่วไป ด้วยเหตุที่คุณสมบัติการใช้งานที่ดี เหมาะสม ราคาถูก สามารถผลิตได้ทั่วไป และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. เครื่องจักสานร่วมสมัย ได้รับอิทธิพลจากโลกภายนอก มีเทคโนโลยี มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการมาประยุกต์ใช้งาน เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้สอยในรูปแบบใหม่ เป็นความร่วมมือระหว่างสิ่งเก่า และสิ่งใหม่ เช่น ตะกร้าใส่ผ้า โคมไฟ แจกัน กล้องต่าง ๆ เป็นต้น 3. เครื่องจักสานตามสมัยนิยม เป็นรูปแบบ Modern มีความทันสมัย ทั้งด้านการสร้างสรรค์รูปทรง ลายสาน การผสมผสานวัสดุอื่น ๆ เป็นรูปแบบของการสนองความต้องการที่แปลกใหม่ เช่น งานเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์สำหรับงานตกแต่งอาคารสถานที่ โคมไฟ เป็นต้น

เครื่องจักสานเป็นงานที่สามารถตอบสนองคนทุกระดับชั้น ทุกสังคม ส่วนการพัฒนาเครื่องจักสานสามารถกระทำได้ทุกรูปแบบ ขึ้นอยู่กับการเลือกกลุ่มผู้บริโภค คงจำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรม และค่านิยมของคนกลุ่มนั้น สามารถนำมาใช้ในการออกแบบโดยคำนึงถึงความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามสู่ต้นแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก

2.2.2 การวิเคราะห์กลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานของไทยในปัจจุบัน

2.2.2.1 ปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิต

ในปัจจุบันการผลิตเครื่องจักสานของไทย มีกลุ่มผู้ผลิตอยู่ 3 ลักษณะ ดังนี้ คือ

1. กลุ่มผู้ผลิตในเชิงอนุรักษ์ ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ผลิตงานหัตถกรรมเครื่องจักสานมาแต่อดีต ลักษณะงานเป็นแบบดั้งเดิมทั้งรูปทรง ลายสาน ตลอดจนวัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นเครื่องจักสานในวิถีชีวิต ปัจจุบันนับวันจะเหลือผู้จักสานงานลักษณะนี้น้อยลงไปเรื่อย ๆ เพราะเป็นงานฝีมือมีความประณีต เป็นการผลิตเพื่อการใช้สอยในครัวเรือน ไม่ใช่การผลิตเพื่อจำหน่าย ต่อมาการผลิตเพื่อจำหน่าย ราคาจึงไม่สัมพันธ์กับความยุ่งยากในการผลิต ดูจะไม่คุ้มค่ากับการผลิตจำหน่าย ทำให้ไม่มีคน

2. กลุ่มผู้ผลิตในเชิงธุรกิจครัวเรือน เป็นกลุ่มอาชีพ กลุ่ม OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาใน 2 ลักษณะคือ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

เช่น กระติบข้าวเหนียว ตะกร้า กระดิ่ง ช้อน และอื่น ๆ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกระแสความนิยมร่วมสมัย ใช้ความรู้พื้นฐานที่เคยผลิตได้ในอดีตมาคิดค้นเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่วนใหญ่จะเกิดการฝึกอบรม การศึกษาดูงานระหว่างชุมชนและการได้รับคำแนะนำจากนักออกแบบ เช่น บรรจุกัญหัจักสานกล่อ่งอเนกประสงค์ โคมไฟ และอื่น ๆ

3. กลุ่มผลิตเพื่อการส่งออก เป็นผู้ประกอบการรายเดียว มีทั้งผู้ประกอบการขนาดย่อม SMEs และผู้ประกอบการขนาดกลาง กลุ่มนี้ผู้ผลิตจะเน้นศึกษาความต้องการทางการตลาดเป็นสำคัญ ลูกค้านั้นแต่ละประเทศมีค่านิยมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ต่างกัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการศึกษา คัดค้น วัสดุ และการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา รูปแบบผลิตภัณฑ์จึงเน้นความหลากหลาย สีสันตามกระแสนิยม ประโยชน์ใช้สอยตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะเน้นการยกระดับงานฝีมือให้แตกต่างจากที่ชาวบ้านผลิตโดยทั่วไป มีความใหม่ มีลูกค้าทั้งชาวไทย และต่างประเทศที่ให้ความนิยมในการซื้อสะสม หรือนำมาใช้ในการตกแต่งอาคารสถานที่

จากการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตเครื่องจักสานของทั้ง 3 กลุ่ม ได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และการใช้สอยแปรเปลี่ยนไปตามวัตถุประสงค์ในการผลิต คือ การผลิตเพื่อใช้งานตามความจำเป็นของมนุษย์ เพื่อย้ำเตือนความรู้สึก และการผลิตเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกในการใช้สถานที่ ลักษณะงานจึงเป็นทั้งประเภทของใช้ ของที่ระลึก และของตกแต่ง ทั้ง 3 กลุ่มผู้ผลิตกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มผู้ผลิตในเชิงธุรกิจครัวเรือน และกลุ่มผู้ผลิตเพื่อการส่งออก แต่กลุ่มที่ทุกคนอยากจะไปถึงคือ การผลิตเพื่อการส่งออก เพราะเชื่อว่าจะสามารถสร้างรายได้ที่ดีกว่า แต่กลุ่มที่น่าเป็นห่วงมากที่สุดคือ กลุ่มผู้ผลิตในเชิงอนุรักษ์ เพราะจะลดน้อยลง (ศักดิ์ชาย สิกขา. 2552: 89-91)

การวิเคราะห์กลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานของไทยในปัจจุบัน

ผู้วิจัยพิจารณาในปัจจุบันการผลิตเครื่องจักสานของไทย มีกลุ่มผู้ผลิตอยู่ 3 ลักษณะ ดังนี้ คือ 1. กลุ่มผู้ผลิตในเชิงอนุรักษ์ เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ผลิตงานหัตถกรรมเครื่องจักสานมาแต่อดีต ลักษณะงานเป็นแบบดั้งเดิม ทั้งรูปทรง ลายสาน ตลอดจนวัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นเครื่องจักสานในวิถีชีวิต เป็นงานฝีมือมีความประณีต เป็นการผลิต เพื่อการใช้สอยในครัวเรือน 2. กลุ่มผู้ผลิตในเชิงธุรกิจครัวเรือน เป็นกลุ่มอาชีพ กลุ่ม OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มี 2 ลักษณะคือ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในวิถี และ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกระแสความนิยมร่วมสมัย เช่น บรรจุกัญหัจักสานกล่อ่งอเนกประสงค์ โคมไฟ เป็นต้น 3. กลุ่มผลิตเพื่อการส่งออก กลุ่มผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะเน้นการยกระดับงานฝีมือให้แตกต่างจากที่ชาวบ้านผลิตโดยทั่วไป มีความใหม่ มีลูกค้าทั้งชาวไทย และต่างประเทศที่ให้ความนิยมในการซื้อสะสม หรือนำมาใช้ในการตกแต่งอาคารสถานที่

จากการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตเครื่องจักสานของทั้ง 3 กลุ่ม ได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และการใช้สอยแปรเปลี่ยนไปตามวัตถุประสงค์ในการผลิต คือ การผลิตเพื่อใช้งานตามความจำเป็นของมนุษย์ และการผลิตเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึก ลักษณะงานจึงเป็นประเภทของใช้ ของที่ระลึก และของตกแต่ง ทั้ง 3 กลุ่มผู้ผลิตกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มผู้ผลิตในเชิงธุรกิจครัวเรือน และกลุ่มผู้ผลิตเพื่อการส่งออก แต่กลุ่มที่ทุกคนอยากจะไปถึงคือ การผลิตเพื่อการส่งออก แต่กลุ่มที่น่าเป็นห่วงมากที่สุดคือ กลุ่มผู้ผลิตในเชิงอนุรักษ์เพราะจะลดน้อยลง

ผู้วิจัยพิจารณาว่ารายละเอียดของในปัจจุบันการผลิตเครื่องจักสานของไทย มีกลุ่มผู้ผลิตอยู่ 3 ลักษณะ สามารถนำมาใช้ในการออกแบบโดยคำนึงถึงความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางการ

ออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักษุจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามสู่ต้นแบบเฟอร์นิเจอร์จักษุจากต้นกก

2.2.3 ทิศทางการพัฒนาเครื่องจักษุในประเทศไทย

2.2.3.1 การพัฒนาเครื่องจักษุ

ในปัจจุบันได้รับกระแสความนิยมในการใช้วัสดุจากธรรมชาติมีมากขึ้น มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น การรักษาสีสิ่งแวดล้อม การรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน พิษภัยจากการใช้วัสดุเคมี วัสดุสังเคราะห์ เป็นต้น การบุกตลาดเครื่องจักษุมีความสำคัญจึงอยู่ที่ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานในวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน และการแก้ปัญหาข้อจำกัดต่าง ๆ จากวัสดุธรรมชาติ ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักษุในปัจจุบัน ใน 3 วิธี คือ

1. การเลือกใช้จุดเด่นของวัสดุ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัสดุคุณสมบัติดีในการผลิตงานจักษุหลายชนิด เช่น หวาย คล้า กก ผือ ไหล เตยหนาม ฐูป หล้า เถาวัลย์ และไม้ไผ่ ที่มีความหลากหลายชนิด พืชเหล่านี้มีการนำมาใช้งานจักษุอย่างยาวนานตั้งแต่บรรพบุรุษ แต่ละชนิดจะมีจุดเด่น จุดด้อย ต่างกัน มีความงามต่างกัน วัสดุเหล่านี้มีการนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันน้อยมาก การนำมาประยุกต์ใช้ต้องอาศัยจุดเด่นต่าง ๆ จะสามารถสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ สนองความต้องการทางการตลาดในปัจจุบันได้

2. การพัฒนากระบวนการผลิต การผลิตเครื่องจักษุมีความสำคัญอยู่ 3 ส่วน คือ 1) วัสดุที่ใช้ในการผลิต มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ส่วน คือ ความยาว หน้ากว้าง การโค้งงอหรือยืดหยุ่น และความแข็งแรงทนทานของเส้นตอก 2) การสาน เป็นส่วนสำคัญในการขึ้นรูปทรง และควรเรียนรู้ลายสานที่หลากหลาย 3) การสร้างความงาม น่าใช้มีความประณีตสวยงาม มีสีสันตามความนิยมของผู้ใช้งาน ผู้ผลิตควรต้องศึกษาปัจจัยทั้งหมดให้เข้าใจเพื่อเกิดการพัฒนาได้ดี และควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ จะช่วยให้สามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว

3. การพัฒนารูปแบบโดยอาศัยอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น งานหัตถกรรมเครื่องจักษุที่อยู่ในวิถีของชาวบ้านที่มีการผลิตมาแต่ โบราณ มีความหลากหลายทางด้านรูปทรงค่อนข้างมากวิธีการสาน และการขึ้นลาย รูปทรง ลายสาน ด้วยวิธีการปรับเปลี่ยนรูปทรงบางส่วน พัฒนาลายสานให้มีความเหมาะสม จะสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้งานในรูปทรงใหม่ จะทำให้ผู้ผลิตสามารถคิดค้นพัฒนาขยายรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับสถานะความต้องการทางการตลาดอย่างมีคุณค่า ด้วยแนวทางการพัฒนาข้างต้นเชื่อว่าการพัฒนาเครื่องจักษุของไทย จะสามารถสร้างมิติใหม่ในการพัฒนาได้ดี (ศักดิ์ชาย ลิกขา. 2552: 92-93)

ทิศทางการพัฒนาเครื่องจักษุในประเทศไทย ปัจจุบันได้รับความนิยมการใช้วัสดุจากธรรมชาติ เป็นการรักษาสีสิ่งแวดล้อม การรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักษุในปัจจุบัน ใน 3 วิธี คือ 1. การเลือกใช้จุดเด่นของวัสดุ การนำมาประยุกต์ใช้ต้องอาศัยจุดเด่นต่าง ๆ จะสามารถสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ สนองความต้องการทางการตลาดในปัจจุบันได้ 2. การพัฒนากระบวนการผลิต การผลิตเครื่องจักษุมีความสำคัญอยู่ 3 ส่วน คือ 1) วัสดุที่ใช้ในการผลิต การโค้งงอหรือยืดหยุ่น และความแข็งแรง 2) การสาน เป็นการขึ้นรูปทรง ด้วยลายสานที่หลากหลาย 3) การสร้างความงาม มีความประณีตสวยงาม และมีสีสัน ตามความชอบของผู้ใช้งาน ผู้ผลิตควรต้องศึกษาปัจจัยทั้งหมด และควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้สามารถพัฒนาได้อย่างดี 3. การพัฒนา

รูปแบบโดยอาศัยอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปทรงบางส่วน พัฒนาลายสานให้มีความเหมาะสม มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้งานในรูปทรงใหม่ จะทำให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการทางตลาด

ผู้วิจัยพิจารณาแนวทางการพัฒนาข้างต้นเชื่อว่าการพัฒนาเครื่องจักสานของไทยจะสามารถสร้างมิติใหม่ในการพัฒนาได้ดี สามารถนำมาใช้ในการออกแบบโดยคำนึงถึงความเหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพ่ง ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามสู่ต้นแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก

2.2.4 วัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องจักสาน

2.2.4.1 เครื่องจักสานในภาคอีสาน พบว่ามีการผลิตเครื่องจักสานจากวัสดุธรรมชาติ 5 ชนิด คือ 1) ไม้ไผ่ 2) กก 3) เตยหนาม 4) คล้า และ 5) หวาย แต่ละชนิดมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

ในกลุ่มอาชีพบ้านแพ่ง จังหวัดมหาสารคาม นิยมใช้ ต้นกก เป็นวัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องจักสาน กก เป็นพืชที่เกิดตามธรรมชาติในแหล่งน้ำ ห้วย หนอง คลอง บึง และร่องน้ำต่าง ๆ ในพืชตระกูลกก อาจมีพืชในกลุ่มเดียวกันหลายชนิด เช่น ผือ และไหล ซึ่งมีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน ชาวบ้านนิยมนำมาทอเสื่อ ปัจจุบันได้พัฒนาเป็นเสื่อพับ และบางหมู่บ้านนำมาจักสานเป็นบรรจุภัณฑ์ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งยังขาดการพัฒนาารูปแบบ และคุณภาพ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการทางตลาด

2.2.4.2 แนวทางการออกแบบ และพัฒนาเครื่องจักสาน การผสมผสานวัสดุ เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ แนวคิดจากการพัฒนา ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ชาวบ้านผลิตได้อยู่แล้ว สู่การต่อยอดด้วยการพัฒนาคุณภาพวัสดุ ลายสาน และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สนองต่อวิถีสังคมใหม่ ดังนั้นจากแนวทางการพัฒนาที่ชาวบ้านเคยชินกับการผลิต ก่องข้าว กระจิบข้าว หวด มวยนั่งข้าว ตะกร้า เสื่อปูพื้น กล่องใส่ของ หมวกสาน กระเป๋า และอื่น ๆ โดยอาศัยวัสดุที่มีในพื้นที่แตกต่างกัน จุดเด่นของวัสดุที่ใช้ในการสาน กก ผือ ไหล คุณลักษณะ คือ กก และไหล มีลารูปทรงกลม ผือ มีลารูปทรงเหลี่ยม จุดเด่นของวัสดุ คือ สานได้ง่าย มีความอ่อนตัวสูง และมีความนิ่ม จากจุดเด่นของวัสดุที่มีในท้องถิ่น และมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการใช้งานในลักษณะที่ต่างกันผู้ผลิตควรมีหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้วัสดุร่วมกัน ส่วนที่ต้องการความแข็งแรง ควรเลือกใช้ส่วนของไม้ไผ่ หวาย เป็นต้น



รูปที่ 2.13 เสื้อปูพื้น
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.14 เสื้อพับ และเบาะรองนั่ง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

2.2.4.2.1 ประโยชน์การใช้วัสดุหลายอย่างร่วมกัน ช่วยให้งานจักสานเกิดการพัฒนานในหลายลักษณะ ดังนี้

1. ทำให้เกิดความสวยงาม บนความหลากหลายของวัสดุ
2. สามารถสร้างรูปทรงได้หลากหลายยิ่งขึ้น
3. สามารถแก้ไขปัญหาคจุดที่เป็นปัญหาในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งานได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางชิ้นบางส่วนต้องการความนิ่มในการจับถือ บางจุดต้องการความแข็งแรงทนทาน

4. ทำให้การผลิตง่าย และรวดเร็วยิ่งขึ้น
5. ช่วยลดต้นทุน และเวลาในการผลิต

2.2.4.2.2 การเสริมทักษะการใช้ลายสาน การผูกลาย การถัก สามารถพัฒนาได้ไม่ยาก หากมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการสานระหว่างผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในท้องถิ่นกับกลุ่มชาวบ้านที่ยังไม่มีประสบการณ์ ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน หากมีการถ่ายทอดความรู้ต่อไปเรื่อย ๆ จะทำให้เกิดการขยายผลความรู้ได้เร็ว

2.2.4.2.3 การพัฒนาวิธีขึ้นรูปทรง เป็นวิธีการขึ้นรูปทรงอาจทำได้หลายวิธี ผู้ผลิตควรเลือกวิธีการให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่สาน ดังนี้

- การขึ้นรูปทรงด้วย และพิมพ์ทั้งชิ้นงาน
- การขึ้นรูปทรงด้วยการกำหนดลายสาน
- การขึ้นรูปทรงด้วยการใช้พิมพ์บางส่วน
- การขึ้นรูปทรงด้วยการเชือดติดประสาน

2.2.4.2.4 การออกแบบเป็นเครื่องจักสานร่วมสมัยผู้ผลิตรายเดิม การออกแบบเครื่องจักสานอย่างง่ายสำหรับนักออกแบบมือใหม่อาจทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การใช้แบบร่างแนวคิด จากงานฝีมือเดิมที่เคยทำมาก่อนแล้วของผู้ผลิตโดยคำนึงถึงลายสานเดิม วิธีการขึ้นรูปทรง วัสดุที่ใช้จากนั้นนำมาพิจารณาพร้อมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการออกแบบ หากรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่มีจุดที่ผู้ผลิตเดิมไม่เคยลงมือทำมาก่อน ให้ศึกษางานในลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อนำมาเปรียบเทียบความเป็นไปได้ หากไม่สามารถหาสิ่งใกล้เคียงได้ ควรสอบถามผู้รู้

2. การปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิม ผลิตภัณฑ์ที่มีความใกล้เคียงกับแนวคิดที่ต้องการออกแบบ สามารถตัดแต่งเพิ่มเติมได้ หรืออาจปรับลดเพิ่มขนาดในการผลิต เพียงแต่ผู้ออกแบบค้นหาแนวทางจากสิ่งที่มีอยู่เดิม กับสิ่งที่ต้องการจะผลิตใหม่ ก็สามารถผลิตภัณฑ์ใหม่จากงานเดิมได้

3. การผลิตร่วมกันจากผู้ถนัดหลายคน เป็นการศึกษาถึงความสามารถของผู้ผลิตที่มีความถนัดต่างกัน บางคนอาจถนัดการสานขึ้นทรงต่างๆ บางคนถนัดการทำส่วนฐานให้มีความแข็งแรง แต่และคนอาจมีความถนัดการใช้วัสดุคนละชนิดกัน การจัดความถนัดของคนหลายคนเข้าด้วยกัน จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายได้ และอาจได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความงามที่ผ่านการคัดสรรจากผู้ผลิตที่มีฝีมือต่างกัน ในการทำชนิดเดียวกัน

4. การจัดทำโครงสร้างจากวัสดุทั่วไป เป็นการปกปิดวัสดุส่วนที่ไม่ต้องการไว้ เป็นวิธีการผลิตที่ต้องการรูปทรงที่แปลกใหม่ ซึ่งอาจไม่ขึ้นรูปทรงด้วยวัสดุธรรมชาติ

ผู้ออกแบบอาจใช้เหล็กเส้นขนาดต่าง ๆ เป็นตัวกำหนดรูปทรง จากนั้นจึงใช้งานสานห่อหุ้มอำพราง ซึ่งเป็นวิธีที่ง่าย และมีความหลากหลาย แต่อาจไม่ได้ใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมด โดยไม่ต้องเป็นกังวลกับ ผู้ผลิตมากนัก

วัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องจักสานอีสาน พบว่ามีวัสดุธรรมชาติ 5 ชนิด คือ ไม้ไผ่ กก เตยหนาม คล้า และหวาย ในกลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม นิยมใช้ต้นกก เป็นวัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องจักสานเป็นพืชตระกูลกก ประกอบด้วย ฝื่อ และไหล คุณลักษณะ กก และไหล มีลำทรงกลม ฝื่อ มีลำทรงเหลี่ยม จุดเด่นของวัสดุ คือ สานได้ง่าย มีความอ่อนตัวสูง และมีความนิ่ม เป็นพืชที่เกิดตามธรรมชาติในแหล่งน้ำนิยมนำมาทอเสื่อปู ดังรูปที่ 2.13 เสื่อพับ ดังรูปที่ 2.14 และผลิตภัณฑ์ในลักษณะต่าง ๆ ดังรูปที่ 2.8 การพัฒนาที่ชาวบ้านเคยชินกับการผลิต ก่องข้าว กระติบข้าว หวด มวยนึ่ง ข้าว ตะกร้า เสื่อปู ซึ่งยังขาดการพัฒนาในรูปแบบ และคุณภาพ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการทาง ตลาดการพัฒนาวิธีการขึ้นรูปทรงอาจทำได้หลายวิธี ควรเลือกให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่สานคือ การขึ้นรูปทรงด้วย พิมพ์ทั้งชิ้นงาน การกำหนดลายสาน การใช้พิมพ์บางส่วน และการเชื่อมติดประสาน

การออกแบบเครื่องจักสานสำหรับนักออกแบบมือใหม่ ดังนี้ 1. การใช้แบบร่างแนวคิด หากรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้ศึกษางานในลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อนำมาเปรียบเทียบความเป็นไปได้ หรือสอบถามผู้รู้ 2. การปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิม ค้นหาแนวทางจากสิ่งที่มีอยู่เดิม กับสิ่งที่ต้องการจะผลิตใหม่ ก็สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่จากงานเดิมได้ 3. การผลิตร่วมกันจากผู้ผลิตหลายคน ผู้ผลิตที่มีความถนัดต่างกันจะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายได้ และอาจได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความงามที่ผ่านการคัดสรรจากผู้ผลิตที่มีฝีมือต่างกัน ในการทำชนิดเดียวกัน 4. การจัดทำโครงสร้างจากวัสดุทั่วไป ซึ่งอาจไม่ขึ้นรูปทรงด้วยวัสดุธรรมชาติเป็นตัวกำหนดรูปทรง จากนั้นจึงใช้งานสานห่อหุ้มอำพราง ซึ่งเป็นวิธีที่ง่าย และมีความหลากหลาย แต่อาจไม่ได้ใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมด

ผู้วิจัยพิจารณาทั้ง 4 วิธีข้างต้น เป็นวิธีการขึ้นรูปทรงเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ขจัดปัญหาในการผลิตต้นแบบ ซึ่งเป็นข้อยุ่งยาก และเป็นปัญหากับนักออกแบบ เชื่อว่าการพัฒนาเครื่องจักสานของไทยจะสามารถสร้างมิติใหม่ในการพัฒนาได้ดี สามารถนำมาใช้ในการออกแบบโดยคำนึงถึงความเหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามสู่ต้นแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก

2.3 เฟอร์นิเจอร์

2.3.1 ความหมายของเฟอร์นิเจอร์

ในปัจจุบันนี้ ความหมายของเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องเรือนนั้นได้มีผู้ให้ความหมายอยู่หลายท่าน แต่ละท่านได้ให้ความหมายของเฟอร์นิเจอร์ทั้งแนวกว้างและแนวลึกตามหลักวิชาการต่าง ๆ ซึ่งทางผู้เขียนขอรวบรวมและนำเสนอต่อไปนี้ สาคร คันธโชติ (2528 : 1) กล่าวว่าเฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องเรือน หมายถึง เครื่องตกแต่งบ้านพักอาศัย หรืออาคาร มีประโยชน์ใช้สอย มีความสะดวกสบายในการใช้เป็นต้น เครื่องเรือนเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์อุปโภค ได้แก่ โต๊ะอาหาร โต๊ะทำงาน ตู้ใส่เสื้อผ้า เตียงนอน กล่องเก็บของ เก้าอี้ หิ้งหนังสือ ชั้นวางของ เป็นต้น วัฒนะ จุฑะวิภาต (2537 : 13) กล่าวว่า เฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องเรือน คือ สิ่งที่มีมนุษย์คิดค้นประดิษฐ์ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับ

กิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้าน ที่ทำงาน หรือที่สาธารณะ กิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ การนอน การนั่ง รับประทานอาหาร ทำงาน ฯลฯ เครื่องเรือนถูกออกแบบสำหรับคนเดียวหรือกลุ่มคน ทำด้วยวัสดุหลายชนิดแตกต่างกัน เช่น ไม้ โลหะ พลาสติก ฯลฯ เครื่องเรือนจัดว่าเป็นส่วนเชื่อมระหว่างผู้อยู่อาศัยกับตัวบ้าน หรือมนุษย์กับสถาปัตยกรรม บุญคักดี สมบูรณ์ (2544 : 1) ได้กล่าวไว้ว่า เฟอร์นิเจอร์ หรือ เครื่องเรือน หมายถึง เครื่องตกแต่งบ้านพักอาศัย มีประโยชน์ใช้สอย มีความสะดวกสบายในการดำรงชีพ แต่ในปัจจุบันเครื่องเรือนยังมีบทบาทมากยิ่งขึ้นทุกขณะสนองความสุขทางกายและใจอันจะมีผลต่อคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพในการทำงานโดยตรง พิฑูร ผลพินิจศรีศรี (มปป. : 2) ได้ให้ความหมายของเฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องเรือนว่า สิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกสบายเหมาะสมกับวิถีชีวิตของสรีระมนุษย์และสิ่งที่ใช้เก็บสัมภาระต่าง ๆ ซึ่งสามารถตกแต่งอาคารบ้านเรือนให้มีความสวยงามและน่าอยู่ได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เตียง ทีวี กำป็นและอีกสิ่งหนึ่งซึ่งจัดว่าเป็นเครื่องเรือน คือ นาฬิกาแขวนหรือตั้ง เนื่องจากเป็นสิ่งที่บอกเวลาและสามารถประดับอาคารบ้านเรือนให้ดูสวยงาม เสาวนิตย์ แสงวิเชียร (2535 : 82) ได้กล่าวว่างค์ประกอบที่มีความสำคัญยิ่งในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้อาคารก็คือ เฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องเรือน ดังนั้นอาจจะสรุปให้ความหมายของเฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องเรือน ไว้ว่า สิ่งที่มีมนุษย์ได้ประดิษฐ์ขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยในการดำรงชีวิตภายใต้การทำกิจกรรมต่าง เช่น การนั่ง นอน รับประทานอาหาร ทำงานและใช้ประกอบกับอาคารทางด้านงานสถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอก

2.3.2 ประเภทของเฟอร์นิเจอร์

2.3.2.1 การแบ่งประเภท

การแบ่งประเภทของเฟอร์นิเจอร์ สามารถที่จะแบ่งประเภทของเฟอร์นิเจอร์ออกตามลักษณะต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้ แบ่งตามลักษณะการติดตั้ง การแบ่งประเภทของเฟอร์นิเจอร์ตามลักษณะการติดตั้ง จะใช้เกณฑ์การพิจารณาในด้านการติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ว่า มีการติดตั้งแบบถาวรไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้หรือเป็นวางตั้งธรรมดาและสามารถเคลื่อนย้ายได้ ซึ่งสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. เฟอร์นิเจอร์ประเภทติดประกอบกับตัวอาคาร (BLUIT IN FURNITURE) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ติดอยู่กับอาคาร หรือเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ขนเคลื่อนย้ายไม่ได้ เช่น ตู้ติดผนัง หากมีการเคลื่อนย้ายอาจจะทำให้เฟอร์นิเจอร์มีการเสียหายได้ ข้อดี -ระบบโครงสร้างของเฟอร์นิเจอร์แข็งแรง เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เป็นประเภทที่มีโครงสร้างต่อเนื่องกันเป็นช่องว่าง (UNIT) ใหญ่ ฉะนั้นจะต้องมีชิ้นส่วนของโครงสร้างมากขึ้น ทำให้เกิดระบบโครงสร้างที่มั่นคงและอีกประการหนึ่ง บางส่วนของโครงสร้างมีความจำเป็นต้องยึดติดกับอาคาร ฉะนั้นย่อมจะให้ความแข็งแรงมากขึ้นกว่าปกติ -มีขนาดสัมพันธ์กับเนื้อที่จัดวาง เพราะเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เมื่อมีการออกแบบจำเป็นต้องมีการวัดขนาดบริเวณติดตั้งเพื่อให้ได้ขนาดเฟอร์นิเจอร์สัมพันธ์กันพอดีและติดตั้งแล้วจะพอดีกับช่องว่างหรือพื้นที่ที่ติดตั้ง -ออกแบบด้านรูปทรงได้กว้างขวาง ในด้านรูปทรง (FROM) และในด้านการออกแบบ (DESIGN) ที่ได้อิสระมาก สามารถทำได้หลายรูปแบบ (STYLE) เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับห้อง ๆ นั้นกับอาคารหลังนั้น ด้านขนาดความกว้าง ยาวต่าง ๆ ไม่มีขอบเขตจำกัดมาก ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของห้องที่จะติดตั้งเป็นเกณฑ์ แต่ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์ประเภทลอยตัว ต้องคำนึงถึงความกว้าง ความยาวและความสูงจะต้องมีความสัมพันธ์กันมาก มิฉะนั้นจะเกิดปัญหาการทรงตัวไม่ดี อาจล้มได้ง่าย - เก็บสิ่งของสัมภาระได้มาก

เพราะว่า เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ได้รับการออกแบบและจัดวางมาโดยตรงว่าจะให้มีหน้าที่เก็บของ สัมภาระอะไร มีขนาดและปริมาณเท่าไรจึงสามารถเก็บสัมภาระได้มาก และตามชอกตามมุมต่างๆ ก็ยังสามารถตัดแปลงให้เก็บสิ่งของได้ ฉะนั้นเนื้อที่ที่จะสูญเสียไม่มีเลย แต่ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์แบบลอยตัว แล้วจะถูกจำกัดด้วยขนาด เพราะขนาดของประตู ช่องทางเดิน และลักษณะการขนส่งบังคับ ฉะนั้นการวางสัมภาระบางอย่างอาจวางได้น้อยขึ้น หรือวางสัมภาระหรือสิ่งของบางอย่างอาจไม่ได้เพราะมีขนาดใหญ่ไปไม่เหมาะสม เป็นต้น -สะดวกในการจัดวางในตำแหน่งต่าง ๆ ของตัวบ้าน เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้สามารถจัดวางได้ทุกตำแหน่งของอาคาร เช่น ตั้งกับพื้นชิดกับผนัง แขนงหรือติดตั้งกับเพดานก็ได้ ซึ่งมีความแตกต่างกับเฟอร์นิเจอร์ประเภทลอยตัวซึ่งนิยมวางตั้งบนพื้นเท่านั้น -ประหยัดวัสดุ เพราะโครงสร้างของเฟอร์นิเจอร์บางส่วนอาจอาศัยโครงสร้างของตัวอาคาร เช่น ผนัง ผนัง เพดาน หรือเสา เป็นส่วนประกอบ ฉะนั้นทำให้ลดวัสดุลงไปได้บ้าง แต่ถ้าคิดราคาเปรียบเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ประเภทลอยตัวแล้ว ยิ่งคงแพงกว่า เพราะมีค่าแรงในการผลิตสูงกว่า วัสดุ - เคลื่อนย้ายลำบาก เพราะเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เป็นการติดตั้งถาวร และอาศัยโครงสร้างของอาคารประกอบด้วย หรือเพียงบางส่วนอาจเคลื่อนย้ายได้ แต่มีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก - ไม่เหมาะกับอาคารชั่วคราว เพราะเกิดปัญหาการขนย้ายและเกิดปัญหาการถอดรื้อถอน ฉะนั้นคิดว่าอาคาร หรือบ้านที่ใช้อยุ่นั้นจะต้องมีการรื้อถอนเปลี่ยนแปลงแก้ไข ก็ไม่ควรใช้เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เพราะจะรื้อถอนลำบากและเกิดการชำรุดง่าย - ราคาการผลิตสูง เพราะเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ต้องใช้เครื่องมือและแรงงานมากในการผลิต การผลิตต้องมาผลิต ณ ที่ตั้งของเฟอร์นิเจอร์ขึ้นนั้นจึงทำให้ราคาการผลิตสูง - ซ่อมแซมลำบาก เพราะว่าชิ้นส่วนต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้สลับซับซ้อน จำนวนชิ้นส่วนมาก การซ่อมแซมจะต้องมาซ่อมแซมที่ติดตั้ง บางครั้งทำใหม่อาจจะมีราคาสูงกว่าซ่อมแซม - แก้ไขแปลนและรูปแบบลำบาก ฉะนั้นการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ จะต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการใช้ให้มาก เพราะถ้าเกิดความเบื่อหน่ายทางด้านรูปแบบหรือการจัดวาง จะแก้ไขได้ลำบากมาก

2. เฟอร์นิเจอร์ประเภทลอยตัว (FREE STANDING FURNITURE) เป็น

เฟอร์นิเจอร์ที่ทำสำเร็จจากโรงงาน ผ่านกระบวนการผลิตในระบบอุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้สามารถเคลื่อนย้ายได้ตามความต้องการ

ข้อดี

- ราคาถูก เพราะเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้มีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมผลิตจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ประเภทติดประกอบกับตัวอาคาร

- ซ่อมบำรุงรักษาง่าย เพราะเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ ชิ้นส่วนบางชิ้นเป็นชิ้นส่วนมาตรฐาน สามารถหามาทดแทนกันได้ -เคลื่อนย้ายได้ เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้สามารถเคลื่อนย้ายนำไปจัดวางตามสถานที่ต่างๆ ได้โดยไม่มีการชำรุดเสียหายในระหว่างการขนย้าย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดวาง ก็สามารถเคลื่อนย้ายไปจัดวางที่แห่งใหม่ได้ง่าย

ข้อเสีย

- ไม่มีขนาดสัมพันธ์กับเนื้อที่จัดวางเพราะเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เมื่อได้รับการออกแบบและผลิตจากโรงงานแล้วเป็นแบบมาตรฐาน บางครั้งอาจจะทำให้ไม่สามารถเข้าในพื้นที่หรือช่องว่างของห้องที่ผู้ซื้อไปได้ลงตัว

- ระบบโครงสร้างของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้จะอาศัยรับน้ำหนัก ถ้ายแรงด้วยโครงสร้างของตัวมันเองเท่านั้น จึงมีความแข็งแรงอยู่ภายใต้ขีดจำกัด

2.3.2.2 การแบ่งตามสถานที่ใช้งาน

แบ่งตามลักษณะสถานที่ใช้งาน โดยจะใช้เกณฑ์พิจารณาว่าเฟอร์นิเจอร์ชิ้นนั้นไปตั้งอยู่ที่ใด ห้อง หรืออาคารประเภทใด สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านพักอาศัย เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในห้องต่างภายในบ้านพักอาศัย ซึ่งส่วนใหญ่ของเฟอร์นิเจอร์ในปัจจุบันเป็นประเภทนี้ ซึ่งสามารถแยกย่อยตามห้องต่าง ๆ ภายในบ้านพักอาศัยได้ดังต่อไปนี้ คือ

1.1 ห้องนอน (BED ROOM) ซึ่งในชีวิตของมนุษย์เรานี้ 1 ใน 3 ของเวลาทั้งหมด จะใช้เวลาเกี่ยวกับการนอนเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องดังต่อไปนี้

- เตียงนอน (BED) - ตู้เสื้อผ้า (WARDROBES) - โต๊ะหัวเตียง (NIGHT TABLE) - ตู้ (CLOSETS) - โต๊ะแต่งตัว (DRESSING TABLE) - เก้าอี้สำหรับแต่งตัว (STOOL OR SMALL CHAIR)

1.2 ห้องพักผ่อน (LIVING ROOM) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในส่วนรวมของบ้านพักอาศัย คือ สมาชิกภายในครอบครัวได้ใช้กัน รวมถึงเป็นหน้าต่าง เพื่อรับแขกที่มาเยี่ยมเยียนดังนั้นเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนี้บางครั้งสะท้อนความเป็นภาพลักษณ์ของเจ้าของบ้าน ซึ่งมีเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องดังต่อไปนี้

- เก้าอี้ยาว (SOFAS) เก้าอี้เท้าแขน (ARM CHAIRS) โต๊ะกลาง (COFFEE TABLE) โต๊ะข้าง (SIDE TABLE)

- เก้าอี้พักผ่อน (EASY CHAIR) ตู้ข้าง (CABINETS) เก้าอี้โยก (ROCKING CHAIRS)

1.3 ห้องรับประทานอาหาร (DINING ROOM) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่วางไว้ในห้องรับประทานอาหาร ซึ่งมีเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องดังต่อไปนี้

- โต๊ะอาหาร (DINING TABLES)
- เก้าอี้รับประทานอาหาร (DINING CHAIRS)
- โต๊ะเตรียมเสิร์ฟอาหาร (SERVING TABLES)
- ตู้ใส่ถ้วยชาม (CUPBOARD) โต๊ะเลื่อน (SERVING WAGONS)
- เก้าอี้ทรงสูง (HIGH CHAIRS)

1.4 ห้องครัว (KITCHEN ROOM) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องครัว หรือห้องเตรียมอาหาร เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ค่อนข้างแข็งแรง ทนความชื้น ทำความสะอาดและดูแลรักษาได้ง่าย ซึ่งมีเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องดังต่อไปนี้

- ตู้เก็บของ (STORAGE CABINETS) บนตู้เก็บของอาจจะมี อ่างล้างจาน (SINKS) เตาหุงต้ม (RANGES) และมีช่องว่างสำหรับวางตู้เย็น (REFRIGERATORS)
- โต๊ะเตรียมอาหาร (CATERING TABLES)
- ตู้เก็บถ้วยชาม (CUPBOARD)
- ตู้ลอย หรือชั้นลอย (HANGING & SHELVES)
- ที่เตรียมอาหาร (DISPOSERS)

2. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน (OFFICE) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในการตก

แต่งสำนักงานต่าง ๆ เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้จะมีลักษณะเข้าชุดกัน คือ จะมีรูปแบบ ลักษณะ โทนสีจะใช้ในลักษณะใกล้เคียง ซึ่งในปัจจุบันนี้เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เริ่มจะเป็นเฟอร์นิเจอร์เหล็กเสียส่วนใหญ่ เนื่องจากมีราคาถูก ทนทาน กว่าเฟอร์นิเจอร์ที่ทำมาจากไม้ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์สำนักงานประกอบไปด้วย

- โต๊ะทำงาน (DESKS) เก้าอี้ไม่มีเท้าแขน (SMALL CHAIRS)
- เก้าอี้หมุน (REVOLVING CHAIRS)
- ชุดรับแขก (SOFAS)
- โต๊ะพิมพ์ดีด (TYPEWRITER TABLES)
- โต๊ะข้าง (SIDE TABLES)
- ที่วางโทรศัพท์ (TELEPHONE STANDS)
- ตู้เก็บเอกสาร (FILING CABINETS)
- ชั้นวางหนังสือ (BOOK SHELVES)
- ม้านั่ง (STOOLS)

3. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในที่ชุมชน (PUBLIC) เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เป็นประเภทที่มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน เพราะไม่ใช่เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีคนใช้เพียง 1-2 คน แต่มีผู้ใช้งานมากมาย การดูแลรักษาต้องดูแลรักษาง่าย ทนทานต่อสภาพแวดล้อมเพราะบางครั้งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้มักจะอยู่ภายนอกอาคาร เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในที่ชุมชนอาจจะประกอบไปด้วยดังนี้

- เก้าอี้สนามสวนสาธารณะ โต๊ะ ชั้นวางสัมภาระต่าง ๆ

4. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการ (LAB) เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการ โรงฝึกงานและห้องทดลองทางวิทยาศาสตร์เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาใช้งานเฉพาะกิจ หรืองานเฉพาะอย่าง ไม่สามารถนำเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่นมาใช้แทนกันได้ พื้นผิวของเฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้บางครั้งต้องทนต่อกัดกร่อนของสารเคมี ทนรอยขีดข่วน ทนความร้อน เป็นฉนวนกันไฟฟ้า บางครั้งจำเป็นต้องทนไฟด้วยในห้องปฏิบัติการบางอย่าง จึงเป็นเฟอร์นิเจอร์ชนิดพิเศษ ราคาแพงใช้วัสดุพิเศษ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการอาจจะประกอบไปด้วยดังนี้ ตู้เครื่องมือ โต๊ะทดลองงานวิทยาศาสตร์ โต๊ะทำงานข้าง (WORKBENCH)

2.3.2.3 การแบ่งตามสภาพแวดล้อมที่เฟอร์นิเจอร์ไปติดตั้ง

การแบ่งโดยใช้เกณฑ์พิจารณาตามสภาพแวดล้อมที่เฟอร์นิเจอร์ไปติดตั้ง ซึ่งผลทางด้านสภาพแวดล้อมจะทำให้มีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์มีลักษณะแตกต่างกันไป วัสดุที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน กรรมวิธีการผลิตก็แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมที่เฟอร์นิเจอร์ชิ้นนั้นไปติดตั้งซึ่งสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายนอกอาคาร (OUT-DOOR FURNITURE) เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายนอกอาคาร เป็นเฟอร์นิเจอร์ประเภทที่มีคุณสมบัติทนทานต่อสภาพแวดล้อม ลม ฟ้าอากาศ แผลงรบกวน เพราะมีการวางตั้งไว้ภายนอกอาคาร ถึงแม้บางครั้งอยู่ภายใต้หลังคาและเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ทนทานต่อการใช้งานในที่สาธารณะ ซึ่งขอยกตัวอย่างเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ เช่น เก้าอี้ หรือม้านั่งสนาม เก้าอี้หรือม้านั่งบริเวณป้ายรถโดยสารประจำทาง เตียงนอนอาบแดดริมสระน้ำ ฯลฯ วัสดุที่ใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ถ้าเป็นไม้ควรจะเป็นไม้ประเภทไม้เนื้อแข็ง หรือเป็นวัสดุโลหะเช่นเหล็กที่ทาสีกันสนิม

หรือสแตนเลส การออกแบบรูปร่างของเฟอร์นิเจอร์ประเภทจำเป็นต้องออกแบบให้สอดคล้องกับรูปแบบอาคาร บ้านพักอาศัย ภูมิสภาพแวดล้อมที่เฟอร์นิเจอร์ชิ้นนี้ไปตั้งอยู่ บางครั้งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้อาจจะมีประโยชน์ใช้สอยรองเป็นงานทางด้านประติมากรรมประดับสวนสาธารณะก็ได้แล้วแต่ผู้ออกแบบ และเจ้าของสถานที่ การติดตั้งเฟอร์นิเจอร์จำเป็นต้องมีการยึดติดกับที่เพื่อป้องกันสูญหายหรือการเคลื่อนย้ายไปจากตำแหน่งเดิม ผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์อาจจะไม่ได้เป็นผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์เสียเอง

2. เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในอาคาร (IN-DOOR FURNITURE) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในอาคารทั้งอาคารสาธารณะและบ้านพักอาศัยส่วนตัว การออกแบบเฟอร์นิเจอร์จะสอดคล้องกับภายในห้อง หรืออาคารอย่างกลมกลืนและลงตัว เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยตรงเพราะผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์จะเป็นผู้ใช้เองและมีขอบเขตห้องเป็นส่วนประกอบ เสมือนว่ามนุษย์เป็นจุดศูนย์กลางและมีเฟอร์นิเจอร์เป็นสิ่งแวดล้อม ฉะนั้นการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ต้องคำนึงถึงเนื้อหาที่วางทางเดินและการกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมภายในห้องนั้น ๆ เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ได้แก่ เก้าอี้รับแขก โต๊ะ-เก้าอี้รับประทานอาหาร ตู้โซฟา เตียงนอน โต๊ะทำงาน ฯลฯ การเลือกใช้วัสดุสามารถกำหนดเลือกได้หลายรูปแบบตามที่ลูกค้าต้องการไม่ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ

2.3.2.4 การแบ่งตามลักษณะรูปร่างของเฟอร์นิเจอร์

การแบ่งตามลักษณะรูปร่างของเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ทั้งประเภทที่ใช้ภายนอกอาคารและภายในอาคารสามารถแบ่งประเภทของเฟอร์นิเจอร์ตามลักษณะรูปร่างของเฟอร์นิเจอร์ จะใช้เกณฑ์การพิจารณาในด้านรูปร่างลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ว่ามีลักษณะอย่างไร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1. เฟอร์นิเจอร์ประเภทตู้ (BOX-TYPE FURNITURE) เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ทำหน้าที่เป็นที่เก็บภาชนะสิ่งของต่าง ๆ และรับน้ำหนักของภาชนะและสิ่งของที่เก็บโดยตรง สนองความต้องการของผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์ทั้งทางด้านประโยชน์ใช้สอยและเพื่อการตกแต่งภายในและภายนอกอาคาร บ้านพักอาศัย เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ได้แก่ ตู้เตี้ย ตู้สูง ตู้เสื้อผ้า ชั้นวางของ ตู้ห้องครัว ตู้ลอย เป็นต้น)

2. เฟอร์นิเจอร์ประเภทขา (LEGS-TYPE FURNITURE) เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ทำหน้าที่รับน้ำหนักของคนโดยตรง และส่วนรองลงไปก็คืออุปกรณ์และสิ่งของต่างๆ โดยมีขาของเฟอร์นิเจอร์รองรับน้ำหนักทั้งหมดและถ่ายน้ำหนักลงมาที่พื้นห้อง เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ได้แก่ เก้าอี้นั่งทำงาน เก้าอี้นั่งพักผ่อน เก้าอี้รับประทานอาหาร โต๊ะทำงาน โต๊ะอ่านหนังสือ เป็นต้น

3. เฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ (UPHOLSTERY-TYPE FURNITURE) เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ผลิตจากวัสดุภายในที่เป็นไม้ หรือโลหะประกอบเป็นโครงสร้าง และหุ้มด้วยพองน้ำ โฟมยาง โฟมวิทยาศาสตร์แล้วปิดทับผ้าหรือหนังชนิดต่าง ๆ ตัวอย่างเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ได้แก่ เก้าอี้รับแขก สตูลนั่งแต่งตัว เก้าอี้สำนักงาน ส่วนประกอบของเก้าอี้ที่เป็นที่นั่งและพนักพิง เป็นต้น

4. เฟอร์นิเจอร์ประเภทที่ขึ้นรูปด้วยแม่แบบ (MOLDED-TYPE FURNITURE) ในอดีตเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ใช้ไม้อัด หรือไม้บางอัดกับแม่แบบเป็นรูปร่างตามแบบโดยใช้ความร้อนและกาวช่วยในการติด แต่ในปัจจุบันเป็นเฟอร์นิเจอร์จำพวกที่เป็นพลาสติกอัดขึ้นรูปตามแม่แบบ การผลิตเฟอร์นิเจอร์ในระบบนี้มีต้นทุนสูง เมื่อผลิตจำนวนน้อยขึ้นจะไม่คุ้มกับการลงทุน จำเป็นต้องผลิตจำนวนมากจึงทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลงมาก เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ได้แก่ เก้าอี้พลาสติก เก้าอี้แอบแดดบริเวณสระว่ายน้ำ เป็นต้น

2.3.2.5 การแบ่งตามลักษณะการผลิตเฟอร์นิเจอร์

การแบ่งประเภทของเฟอร์นิเจอร์ตามลักษณะการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในที่นี้ จะกล่าวถึงเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ที่ทำมาจากไม้ จะใช้เกณฑ์พิจารณาในด้านการผลิตเฟอร์นิเจอร์ว่าจะเป็นเทคนิคการผลิตแบบใด บางครั้งเฟอร์นิเจอร์ชิ้นหนึ่งอาจจะใช้เทคนิคการผลิตมากกว่า 1 เทคนิคการผลิตก็ได้ ทางผู้เขียนใคร่ขอแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ดังนี้

1. เฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้จริง การผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้จริงต้องอาศัยช่างเทคนิคที่มีความชำนาญค่อนข้างสูง มีฝีมือ วัสดุที่ใช้เป็นไม้จริงส่วนมากนิยมใช้เป็นไม้ที่สลายไม้สวยงาม เช่น ไม้สัก ไม้แดง ฯลฯ การต่อไม้ให้เกิดเป็นโครงสร้างใช้การต่อเข้ามุมไม้ซึ่งมีรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเข้าปากชน(BUTT JOINT) การเข้าบาก(DADO JOINT) การเข้าเดือย(MORTISE AND TENON JOINT) แต่ละวิธีเหมาะก็งานบางอย่างเท่านั้น การทำเคลือบผิวเฟอร์นิเจอร์ใช้วิธีการลงเซลแล็ก แลคเกอร์ เท่านั้นไม่นิยมทำสีย้อม เพื่อให้เห็นลายไม้ที่สวยงาม เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเป็นเครื่องมือช่างไม้ที่เครื่องมือมือ และมีเครื่องมือไฟฟ้าช่วยในบางกรณี เครื่องจักรอาจจะมิกี้ได้หรือไม่มิกี้ได้ การผลิตจะเป็นแบบสั่งทำสั่งผลิตมากกว่า รูปแบบเฟอร์นิเจอร์จะเป็นรูปแบบตามที่ต้องการ เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์รูปแบบนี้จะเป็นแบบสั่งทำจึงทำให้มีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่น ๆ

2. เฟอร์นิเจอร์ประเภทเปลาะโครง การผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทเปลาะโครงเป็นการแก้ปัญหาในกรณีที่ขาดแคลนไม้ ไม้มีราคาแพง และเป็นการลดน้ำหนักของเฟอร์นิเจอร์ให้เบาลง เทคนิคการเปลาะโครงเป็นการใช้ไม้โครงไม้เนื้ออ่อนภายในและปิดทับด้วยไม้อัดทั้งด้านหน้าและด้านหลังแทนการเปลาะไม้จริงให้เป็นไม้แผ่นใหญ่ หากต้องการให้ได้ไม้ที่เปลาะโครงมีลายไม้ที่สวยงาม ก็จะใช้ไม้อัดสักปิดทับด้านหน้า ช่างเทคนิคที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทต้องเป็นช่างที่ผ่านการฝึกฝน สามารถอ่านแบบได้ ออกรายการได้ วางแผนการทำงานได้ วางโครงสร้างภายในได้ดี จึงจะทำให้เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตออกมา มีความแข็งแรงและถูกต้องตามแบบและไม้สั่นเปลือ่งไม้ เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเริ่มมีการนำเครื่องจักรพื้นฐานงานไม้มาช่วยในการผลิตค่อนข้างมากกว่าการผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้จริง ราคาต่อหน่วยของเฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้จะถูกกว่าเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้จริง

3. เฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ประดิษฐ์วิทยาศาสตร์ จากนโยบายการปิดป่า กระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติ ไม่ตัดไม้ทำลายป่า ทำให้เริ่มมีการนำไม้ประดิษฐ์วิทยาศาสตร์มาใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ไม้ประดิษฐ์วิทยาศาสตร์ที่นำมาใช้เช่น แผ่นเซฟวิ่งบอร์ด พลายบอร์ด ทีโกบอร์ด ฯลฯ ปัจจุบันเฟอร์นิเจอร์เป็นที่นิยมในตลาด โดยเฉพาะตลาดกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ปานกลางถึงค่อนข้างต่ำ เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตได้ง่ายและรวดเร็วเพราะไม่ต้องมีการทำสี การประกอบยึดติดเป็นโครงสร้างเฟอร์นิเจอร์จะใช้อุปกรณ์ยึดติด(FITTING)ที่เป็นมาตรฐาน การขนส่งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้จะเป็นการถอดประกอบแล้วให้ผู้ซื้อประกอบใช้เอง เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเป็นเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง มีความแม่นยำแน่นอนในการตัดไม้ ราคาต่อหน่วยค่อนข้างถูกที่สุดในบรรดาเฟอร์นิเจอร์ประเภทต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

2.3.3 รูปแบบการติดตั้งของเฟอร์นิเจอร์ไม้

2.3.3.1 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ไม้

หากเราจะแบ่ง เฟอร์นิเจอร์ไม้ ตามลักษณะการติดตั้งแล้วเราสามารถ แบ่งเฟอร์นิเจอร์ไม้ ออกได้เป็น 3 ชนิดใหญ่ๆคือ

1. เฟอร์นิเจอร์ ติดตั้งกับที่ (Built-in Furniture หรือ Fixed Furniture)
2. เฟอร์นิเจอร์ ลอยตัว (Movable Furniture หรือ Loose Furniture)
3. เฟอร์นิเจอร์ ที่สามารถถอดประกอบได้ (Knock down Furniture)

1. เฟอร์นิเจอร์ ติดตั้งกับที่ (Built-in Furniture หรือ Fixed Furniture) หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ ที่ได้รับการออกแบบและ ติดตั้งสำหรับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เป็นการเฉพาะ ยกที่จะเคลื่อนย้าย และติดตั้งใหม่ ข้อดีของ เฟอร์นิเจอร์ แบบนี้ คือ มีความแข็งแรงสูงมาก เนื่องจากยึดเกาะกับอาคาร หรือ โครงสร้างอาคาร มีรูปแบบเฉพาะตัว หรูหรา (Elegance) เป็นเอกเทศ (Unique) สามารถติดตั้งและดัดแปลงให้เข้ากับพื้นที่ต่างๆ ได้โดยไม่จำกัด รวมทั้งมักจะนิยมออกแบบ เฟอร์นิเจอร์ ให้สูงจนชนฝ้าเพดาน เพื่อประโยชน์การใช้สอยสูงสุด และป้องกันการสะสมตัวของฝุ่นได้เป็นอย่างดี (เหมาะสำหรับประเทศที่มีฝุ่นมากอย่างบ้านเรา) อย่างไรก็ตาม ข้อเสียที่สำคัญของ เฟอร์นิเจอร์ ติดตั้งกับที่ คือไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ และเปลี่ยนรูปร่างหน้าตาได้ยาก ดังนั้นหากมีการเปลี่ยนแปลง เจ้าของ หรือต้องการย้ายที่อยู่ เฟอร์นิเจอร์ เหล่านี้ จะต้องถูกรื้อถอนทิ้งไป โดยแทบจะไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกเลยรวมทั้งราคาของ เฟอร์นิเจอร์ ประเภทนี้ จะมีราคาแพงมาก เนื่องจากต้องใช้แรงงานฝีมือมาทำการ ติดตั้งที่หน่วยงานของลูกค้าเป็นการเฉพาะและบ่อยครั้งที่ลูกค้าจะต้องพบกับ ปัญหา ในเรื่องของฝุ่นที่เกิดจากการทำงานในหน่วยงานและกลิ่นสีที่เป็นอันตราย ต่อสุขภาพอีกด้วย

2. เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว (Movable Furniture หรือ Loose Furniture) หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตสำเร็จที่โรงงานเฟอร์นิเจอร์ แล้วนำมาวางในหน่วยงาน ลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยได้จากตัวอย่างที่มีอยู่จริง ในร้านค้าได้ ข้อดีของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ คือ เลือกรูปแบบ และประโยชน์ใช้สอยได้ จากตัวอย่างที่มีอยู่จริง สามารถทดลองการใช้งานได้จริง ราคาถูกกว่าเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ และสามารถเคลื่อนย้ายไปตามพื้นที่ต่างๆ ได้ตามความต้องการ นอกจากนี้ การที่ผลิตสำเร็จจากโรงงานยังทำให้ตัดปัญหา เรื่องฝุ่นไม้ที่เกิดจากการทำงานในพื้นที่ และกลิ่นสีอีกด้วย ส่วนข้อเสียที่สำคัญ ของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ ได้แก่มีรูปแบบและขนาดจำกัดไม่สามารถปรับเปลี่ยน ให้เข้าพอดีกับพื้นที่ได้ และเฟอร์นิเจอร์ที่มีความสูงมากๆ จะมีปัญหา เรื่องการสะสมตัวของฝุ่นบนหลังตู้ (เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ลอยตัวสูงไม่เต็มพื้นที่) และอาจทำให้เกิดภูมิแพ้ได้ รวมทั้งรูปแบบที่มี มักจะมีการผลิตเป็นจำนวนมากๆ

เนื่องจากเป็นระบบอุตสาหกรรมทำให้ขาดความเป็นเอกเทศ นอกจากนี้งานตกแต่งภายในที่ใช้ แต่เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวเพียงอย่างเดียวจะให้ความรู้สึกเหมือนห้องเช่าและส่วนใหญ่ มักมีประโยชน์ใช้สอยไม่ครบถ้วน ตามพื้นที่ที่มีอยู่ (เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวต้องมีขนาดไม่ใหญ่มาก เนื่องจากจะต้องขนย้ายได้) รวมทั้งอาจจะทำให้ดูไม่หรูหราเท่าที่ควร ในงานตกแต่งภายในแล้วจำเป็นอย่างมากที่สุดที่ต้องผสมผสานทั้งงาน เฟอร์นิเจอร์ลอยตัวและติดตั้งกับที่เข้าด้วยกัน โดยเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ มักจะมีหน้าที่จัดเก็บของให้เป็นระเบียบ ในขณะที่เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว มักจะเป็นจุดเด่นที่คอยโชว์ความสวยงาม หากเน้นที่เฟอร์นิเจอร์ชนิดใดชนิดหนึ่ง มากเกินไปแล้ว งานออกแบบมักจะไม่สมดุล เช่น หากมีเฟอร์นิเจอร์ ติดตั้งกับที่ มากเกินไปห้องหรือบ้านอาจดูเหมือนห้องเก็บของขนาดใหญ่ในขณะที่มีแต่ เฟอร์นิเจอร์ ลอยตัว บ้านก็ดูเหมือนบ้านเช่า ที่เจ้าของพร้อมจะย้ายออกได้เสมอ ดังนั้นงานออกแบบในปัจจุบัน จึงมักจะสร้างความสมดุลด้วยเฟอร์นิเจอร์ทั้งสอง ชนิดนี้เสมอ

3. เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดประกอบได้ (Knock down Furniture)

หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่รวมเอาข้อดีของเฟอร์นิเจอร์ทั้งสองระบบแรกเข้าด้วยกัน โดยมี ลักษณะเป็นเหมือนเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ในขณะที่มีการผลิตที่เกือบจะ สำเร็จรูปจากโรงงาน เพียงแต่นำมาติดตั้งด้วยช่างผู้ชำนาญงานเพียงไม่กี่คน และใช้เวลาไม่นานนัก ทำให้ลดปัญหาเรื่องฝุ่นไม้และกลิ่นสีในหน่วยงานได้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม เฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้ มักต้องการการออกแบบและการตั้งเครื่องเพื่อเตรียมการผลิต ที่ยุ่งยากและซับซ้อน ดังนั้น ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้ จึงต้องทำการผลิตเป็นจำนวนมาก Mass Production เพื่อเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการออกแบบและการเตรียม การผลิตให้ลดลงมากที่สุด ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์แบบ Knock down ในบ้านเรา นิยมผลิตโดยใช้วัสดุสังเคราะห์ ประเภท Particle Board หรือ Chip Board ที่สามารถควบคุมคุณภาพได้ง่าย ในการผลิต จึงส่งผลให้เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ มีอายุการใช้งานต่ำกว่า เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้จริง หรือไม้อัด นอกจากนี้ รูปแบบการผลิต ของเฟอร์นิเจอร์ Knock down ยังมีข้อจำกัดอยู่มาก เนื่องจากขั้นตอนการผลิต ค่อนข้างยุ่งยากและเครื่องจักรในการผลิตก็มีราคาสูงมาก ดังนั้นหน้าตาของเฟอร์นิเจอร์ ประเภทนี้โดยส่วนใหญ่จึงเหมือนๆ กัน

2.4 ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม เป็นหมู่บ้านเก่าแก่หมู่บ้านหนึ่ง สาเหตุที่ชื่อบ้านแพง โดยถือเอาชื่อต้นไม้ คือ ต้นแพง ซึ่งเป็นไม้ยืนต้นชนิดหนึ่ง ต้นแพงจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้าน มีผลิตภัณฑ์วางขายที่ศูนย์รวมกลุ่ม การรวมเป็นกลุ่มในการผลิตเสื่อทอเป็นการรวมตัวของชาวบ้านในท้องถิ่นให้ได้มีงานทำ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้จำหน่ายได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้เสื่อบ้านแพงเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.4.1 ผลิตภัณฑ์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง



รูปที่ 2.15 วัสดุจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 256



รูปที่ 2.16 เสื่อกกทอมือแบบมีลายและไม่มีลาย
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.17 เสื่อกกทอมือแบบมีลายกั้นขอบ
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.18 เบาะรองนั่งสมาธิเสื่อกกและเสื่อกกทอด้วยเครื่องมือไม่มีลายแบบบุฟองน้ำและก้นขอบ
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



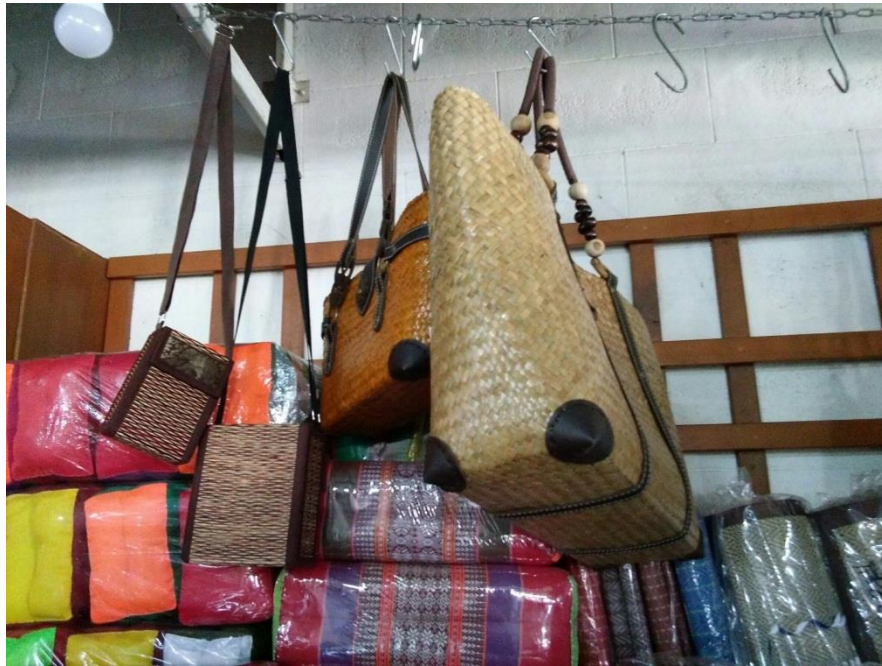
รูปที่ 2.19 พวงกุญแจเสื่อกกและกระเป๋าต่างค์เสื่อกก
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.21 กล่องใส่กระดาษทิชชูเสื่อกกทอเครื่อง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.22 กระเป๋าเสื่อทรงต่าง ๆ





รูปที่ 2.24 รองเท้าเสื่อกก
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 2.25 การจัดวางสินค้าเสื่อกกภายในร้าน
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

2.5 กลุ่มเป้าหมาย

สิ่งที่นักออกแบบและผู้ประกอบการจะต้องศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่าง ๆ และจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจน ในสถานะระหว่างผู้ซื้อและผู้ใช้ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรด้วย คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะแก้ปัญหาการออกแบบจากมุมมองของตัวเอง จากวัสดุและงานผลิต หรือจากหลักการทางศิลปะที่ตนคุ้นเคย แต่ไม่ค่อยจะมองในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายในแง่ รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ สี สัน ราคาขาย การขนส่ง วัฒนธรรม ความเชื่อและค่านิยมทางสังคม ของกลุ่มเป้าหมายสินค้านั้น ๆ มากนักแต่ในทางที่ถูกต้องแล้วการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการทั้งของผู้ออกแบบและกลุ่มเป้าหมายได้ โดยหลีกเลี่ยงความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นจากความสนใจส่วนตัว ดังนั้นความสำเร็จของการออกแบบจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราได้ให้ผู้บริโภคในสิ่งที่เขาต้องการจริง ๆ ไม่ใช่สิ่งที่เราต้องการจะให้กลุ่มเป้าหมายเป็น สำหรับนักออกแบบแล้วมักจะตาบอดหรือมองไม่เห็นว่าการออกแบบจะมองความคิดของเขาว่าอย่างไร แต่สำหรับกลุ่มเป้าหมายในทุกระดับชั้นแล้วจะจ่ายเงินก็ต่อเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของที่เขาต้องการจริง ๆ เท่านั้น (วีชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 148)

2.5.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

โดยแยกทั้งผู้ซื้อและกลุ่มเป้าหมายสินค้า ในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. เพศ (Sex) เพศของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ตามธรรมชาติการออกแบบผลิตภัณฑ์บางชนิดจำเป็นต้องออกแบบให้มีความเฉพาะเจาะจงลงไปว่าจะให้ใช้กับเพศใด หรือผลิตภัณฑ์บางชนิดก็สามารถใช้ได้ทั้งเพศชายและเพศหญิงนักออกแบบก็จะต้องทำการออกแบบให้มีความเหมาะสมทั้ง 2 เพศด้วย แต่การลงทุน เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เหมาะสมกับแต่ละเพศนั้นจะเป็นการลงทุนที่สูง อีกทั้งยังเกิดความไม่ชัดเจนด้วยว่าจะสามารถขายได้ดีทั้ง 2 แบบ กลุ่มเป้าหมายเฉพาะเพศของสินค้าบางชนิดมีจำนวนของความต้องการที่น้อยไม่คุ้มกับการลงทุน จำเป็นต้องตัดออกไป ซึ่งนักออกแบบและผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาวิจัยและสรุปผลกับการตลาดหรือฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตัดสินใจขั้นสุดท้ายก่อนที่จะผลิตและจำหน่ายสินค้านั้น ๆ

2. วัยวุฒิ (Age) เราจะพบเห็นอยู่เสมอว่าผลิตภัณฑ์บางชนิดจะเจาะจงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่มีความเหมาะสมกับสินค้านั้น ๆ โดยตรงเพื่อประโยชน์ในการใช้งานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดหรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้ที่มีอายุไม่เหมาะสมกับสินค้านั้น ๆ และในขณะเดียวกันอายุของกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่หลายช่วงอายุ ก็จะเป็นตัวกำหนดเพื่อให้เกิดสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หลายรูปแบบหลายชนิด ซึ่งก็เป็นข้อดีที่ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบที่จะช่วยกันหาทางออกและหาช่องทางเพื่อผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นการเรียนรู้เพื่อเพิ่มภูมิและสติปัญญา กลุ่มเป้าหมายจึงมีความรู้และความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ มากขึ้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ผู้ที่มีการศึกษาดีย่อมมีเหตุผลที่มากพอที่จะแยกแยะว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้าตัวใดดีมีคุณภาพ หรือมีประโยชน์อย่างไรกับตนเอง มีการไตร่ตรองหรือวางแผนในการซื้อและส่วนมากจะใช้เหตุผลต่าง ๆ มาประกอบการตัดสินใจ แต่ก็เชื่อว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะตัดสินใจหรือเลือกซื้อสินค้าที่ไม่ดีไปบริโภค กลุ่มเป้าหมายทุกคนย่อมต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพไปใช้เช่นกัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยและความเหมาะสมอื่น ๆ ที่เป็นตัวช่วยตัดสินใจก่อนที่จะซื้อ

4. รสนิยม (Test) เรื่องรสนิยมเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก จำเป็นต้องมีการศึกษาให้ละเอียดและลึกซึ้ง เพราะสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ หรือความเจริญในแต่ละสังคมจะทำให้รสนิยมเกิดขึ้นต่างกันอย่างมาก การที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของแต่ละคนจะเป็นเรื่องยากมาก เพราะผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมที่เน้นจำนวนมาก โดยการเลือกผลิตให้เหมาะสมกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายในกลุ่มใหญ่ ๆ เท่านั้นและควรเป็นกลุ่ม ของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีรสนิยมไปในทางที่ดีด้วย เพื่อเป็นการยกระดับของผลิตภัณฑ์และสินค้าให้สูงขึ้นไปอีก นักออกแบบและผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภคที่มีรสนิยมต่างจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ได้ถ้าผู้บริโภคกลุ่มเล็กนั้นมีกำลังซื้อเพียงพอ

5. กำลังทรัพย์ (Budget) ถึงแม้ว่านักออกแบบ และผู้ประกอบการจะทำการผลิตผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ดีมากแค่ไหน หากกลุ่มเป้าหมายไม่มีกำลังทรัพย์มากพอที่จะซื้อหามาใช้ได้ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นก็จะมีประโยชน์แต่อย่างไร สินค้าบางชนิดที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการเป็นอย่างมาก แต่เมื่อพิจารณาดูอย่างรอบคอบแล้วไม่สามารถทำการผลิตได้ เพราะต้นทุนในการผลิตสูงเกินไปถึงแม้จะมีกลุ่มเป้าหมายส่วนหนึ่งหาซื้อมาใช้ได้ แต่ก็ยังไม่พอที่จะทำให้คุ้มทุน สินค้านั้นจึงไม่ควรผลิตเพื่อจัดจำหน่ายแต่อย่างใด หรือหาทางออกทางอื่น ๆ ที่เหมาะสม เช่น ลดคุณสมบัติบางอย่างของสินค้าลง หรือลดประโยชน์ใช้สอยบางอย่างของผลิตภัณฑ์ลง เพื่อให้ราคาต้นทุนต่ำพอที่จะผลิตเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายหาซื้อมาใช้ได้

6. ความเชื่อและศาสนา (Believing and religion) เรื่องของความเชื่อและศาสนาเป็นเรื่องของความศรัทธาเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มคนยากที่จะวัด หรือวิเคราะห์ด้วยเหตุผล จึงเป็นการยากที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สินค้าที่ออกแบบเพื่อกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่สามารถขายได้ในทุก ๆ ประเทศ แต่ในบางภูมิภาคของประเทศเราเองกลับขายไม่ได้เลย เพราะความเชื่อทางศาสนาของกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคนั้น ไม่ยอมรับรูปทรงหรือสีสันทันของผลิตภัณฑ์ เช่น ขวดแบ่งเด็กที่ทำเป็นรูปหมูจะไม่สามารถขายได้ในเขตจังหวัดภาคใต้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เป็นต้น

2.5.2 การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

จำกัดความของพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ง่ายแก่การเข้าใจในทางปฏิบัติ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายควรจะจำกัดขอบเขตในลักษณะที่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกิจกรรมของมนุษย์เรา จะจำกัดความที่รัดกุมไว้ ณ ที่นี้ว่า “พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการซึ่งสินค้า และบริการทั้งนี้ หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว”

2.5.3 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

ในทางปฏิบัติเราจะสนใจถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการปฏิบัติในความพึงพอใจ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้า และบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำนี้ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้น เราหมายรวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรม (Industrial Buyer) หรือที่เป็นการซื้อของบริษัทในอุตสาหกรรม หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ (คือ ผลิตเป็นสินค้าแล้วนำไปขายต่อ) ด้วยนั่นเอง

แต่พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้นเราเน้นถึงการซื้อของผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ คำว่าพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้น ในความหมายที่ถูกต้องมิใช่หมายถึงการบริโภค (Consumption) หากแต่ศึกษาถึงการซื้อ (Buying) ของกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้เราจึงเน้นถึงตัวกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญและ ที่ถูกต้องแล้วการซื้อเป็นเพียงจุดหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ และไม่สามารถแยกออกได้จากกลุ่มเป้าหมายสินค้าทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเอง หรือกลุ่มเป้าหมายโดยสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว ซึ่งมีผู้ซื้อ แทนนั้นจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของกลุ่มเป้าหมายอีกต่อหนึ่งด้วยเหตุผลนี้เองที่ผู้วิเคราะห์ การตลาดจึงต้องระวังอยู่เสมอถึงความสัมพันธ์เหล่านี้

2.5.4 ประโยชน์ของพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

เหตุผลที่เราสนใจศึกษาถึงตัวกลุ่มเป้าหมายนั้นสืบเนื่องจากสาเหตุสำคัญ คือ เพื่อที่จะหา หนทางที่จะให้มีการใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพสูงสุดและหาหนทางที่จะ ปัญหาทางการตลาดต่างๆ (Marketing Problems) ให้สำเร็จผลดีที่สุดอีกด้วย

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้นอาจแยกออกได้ 2 ทาง ใหญ่

1. ช่วยให้เห็นถึงปัญหาทางการตลาดโดยส่วนรวม (Macromarketing Problems) ปัญหาในที่นี้คือ ทำอย่างไรสังคมจึงจะสามารถสนองความต้องการของคนในสังคมนั้นได้ ผู้ที่รับผิดชอบใน หน้าที่ที่เกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดโดยส่วนรวม จำต้องรับผิดชอบในการสนองความต้องการดังกล่าว นักเศรษฐศาสตร์ซึ่งทำงานวางแผนระดับชาติ ผู้บริหาร และผู้วางแผนสำหรับองค์การของรัฐบาล ผู้บริหารของสถาบันทางสังคมและอื่น ๆ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับสวัสดิภาพกรรมของผู้บริโภค ส่วนรวมว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำไปประกอบกับการแก้ไขปัญหาในเรื่องการจัดการหาอาหารให้ประชาชน บริโภค

2. ช่วยให้เห็นถึงปัญหาทางการตลาดส่วนย่อย (Micromarketing Problems) ผู้รับผิดชอบในการบริหารงานเฉพาะส่วนของสังคมธุรกิจ ซึ่งหมายรวมถึงนักธุรกิจต่าง ๆ ที่รับผิดชอบ ต่อหน้าที่ทางการตลาดขององค์การธุรกิจที่ตนอยู่ จะสามารถเข้าใจปัญหา และแก้ปัญหาได้โดยอาศัย การทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นอย่างไร ผู้บริหารงานตลาดขององค์การธุรกิจจะสนอง ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องด้วยดี ถ้าหากเขาสามารถทราบถึงพฤติกรรมของ กลุ่มเป้าหมายว่าเป็นอย่างไร

แต่อย่างไรก็ตาม เราไม่อาจที่จะแยกกันโดยเด็ดขาดเราจะศึกษาพฤติกรรมของ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่งโดยเฉพาะ ปัญหาทางการตลาดทั้งหลายมักจะต้องอาศัยการ แก้ไขจากทั้งสองทาง คือ ทั้งในแง่ปัญหาทางการตลาดของส่วนรวมและส่วนย่อยพร้อมกันไป

ประโยชน์ที่จะได้จากการศึกษาพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ๆ อาจสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ ดังนี้คือ

- เพื่อช่วยสามารถเข้าใจถึงปัญหาความต้องการของสังคม
- เพื่อช่วยให้กลไกทางการตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาการตัดสินใจของสังคมได้ถูกต้อง ยิ่งขึ้น
- เพื่อช่วยในการหาตลาดใหม่
- เพื่อช่วยในการเสาะหาส่วนของตลาดสำหรับสินค้า
- เพื่อช่วยในการปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาดที่มีอยู่

2.5.5 ความแตกต่างกันในการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริโภคอาจถอนตัว หรือหยุดตัดสินใจก่อนที่จะมีการซื้อจริงก็ได้ เช่น ความต้องการเปลี่ยนแปลงไป (ลดลง) หรือไม่มีทางเลือกที่น่าพอใจ กระบวนการจะหยุดทันทีที่การข้ามบางขั้นตอนเป็นของธรรมดา กลุ่มเป้าหมายจะใช้ทุกขั้นตอนก็เฉพาะกับสถานการณ์การซื้อบางอย่าง เช่น ซื้อสินค้าราคาสูง หรือชื้อนาน ๆ ครั้ง ถ้าซื้อบ่อยหรือมีความคุ้นเคยกับสินค้า หรือซื้อเป็นกิจวัตรก็จะข้ามขั้นตอนการเสาะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งภายนอกและปริมาณค่าทางเลือก

ความยาวนานของแต่ละขั้นตอนไม่จำเป็นต้องเท่ากัน การตระหนักถึงความต้องการอาจจะเกินเวลานิดเดียว แต่การเสาะแสวงหาและประเมินค่าทางเลือกอาจกินเวลาหลายสัปดาห์ก็ได้ นอกจากนั้นขั้นตอนหลังอาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน (เกิดซ้ำ) กับขั้นตอนก่อนหน้านั้นก็ได้

กลุ่มเป้าหมายอาจทำการตัดสินใจหลายอย่างในเวลาเดียวกันและผลของกระบวนการตัดสินใจอย่างหนึ่งอาจกระทบกระบวนการตัดสินใจอย่างอื่นก็ได้ เราจะเห็นบ่อยว่าคนเอาเงินไปซื้อรถและต้องเลิกซื้อบ้านการทุ่มเทความพยายามสูงหรือต่ำในกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ปัจจุบันที่กระทบต่อระดับการทุ่มเทความพยายาม เราพอสรุปได้ดังนี้

- ประสบการณ์ที่มีมาแต่ก่อน การมีประสบการณ์มากก็นำไปสู่การทุ่มเทน้อย
- ความสนใจ ยิ่งสนใจมากก็นำไปสู่การทุ่มเทสูง
- การรับรู้ภัยจากผลในทางลบที่จะตามมา ยิ่งรับรู้ภัยสูง ยิ่งทุ่มเทสูง
- สถานการณ์ สถานการณ์อาจกำหนดว่าจะทุ่มเทต่ำหรือสูง
- สินค้าที่สังคม “จ้องมอง” มักต้องทุ่มเทสูงเพราะเกี่ยวข้องกับภัยทางสังคม

สำหรับนักการตลาดแล้ว เรื่องนี้สำคัญยิ่งจะเห็นได้ว่าโฆษณาที่แจ้งข่าวสารและมีรายละเอียดพร้อมมูลนั้นมักจะสร้างเพิ่มเสนอข่าวให้ผู้บริโภคที่เสาะแสวงหาข่าวสารอย่างกระตือรือร้นเพราะมีการทุ่มเทความพยายามสูง

การสังเกตหรือมองเห็นปัญหาของสิ่งที่ตัดสินใจซื้อ (problem recognition) นั้นจะเป็นแต่เพียงจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ เมื่อกลุ่มเป้าหมายคิดจะซื้อแน่แล้ว กระบวนการตัดสินใจก็จะดำเนินการต่อไป ดังเราจะแยกพิจารณาเป็นขั้น ๆ ที่สำคัญดังนี้ คือ

- การแสวงหาทางเลือกต่าง ๆ (Search of Alternatives)
- การประเมินผลทางเลือกเหล่านั้น (Evaluation of Alternatives)
- การซื้อ (Purchase)

ผลที่ตามมาจากการซื้อ

เรื่องราวต่าง ๆ หาได้หมดสิ้นภายหลังจากที่ได้มีการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้เพราะอาจเป็นไปได้ที่อีกสองสิ่งอาจเกิดขึ้นดังนี้ คือ

อาจเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลของการตัดสินใจซื้อไปแล้วนั้นและอาจทำให้ยังคงมีการเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมมาเปรียบเทียบดูความได้ผลของการตัดสินใจดังกล่าวด้วย (Postpurchase evaluation) และผลที่ออกมาอาจทำให้มีผลกระทบให้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ซึ่งทำให้กลายเป็นการกระตุ้นสำหรับพฤติกรรมอื่นที่ต่อเนื่อง

สำหรับกรณีแรก หรือการประเมินผลการตัดสินใจที่ทำได้แล้ว จะแสดงออกในภาพด้วยเส้นทางซ่ายที่จะมีการเสาะหา (Search) ดังที่กล่าวมาและสำหรับกรณีของการส่งผลต่อไปให้เกิดพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง ก็จะกลายเป็นสิ่งใหม่ที่ส่งเข้าสู่ระบบที่ Inputs

ข้อแตกต่างที่สำคัญของการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายมักจะแตกต่างกันไปตามชั้นของสังคม คือ แต่ละชั้นของสังคมจะมีภาษาของชั้นของตนที่ต่างจากชั้นอื่น ชั้นของสังคมจะมีอิทธิพลทำให้กิจกรรมประจำวันของคนในชั้นต่างกันไปด้วย เช่น การตื่นนอนและการกินอาหารในเวลาที่แตกต่างกัน หรือเลือกสถานที่กินไม่เหมือนกัน

แต่ละชั้นจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านศาสนาต่างกัน

กระบวนการตัดสินใจต่างกัน (Decision process) ชั้นของสังคมมักจะเป็นปัจจัยประการสำคัญที่ทำให้กระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ แตกต่างกันไป

แหล่งข้อมูลที่ได้มาแตกต่างกัน (Information sources) กลุ่มเป้าหมายทั้งหลายมักจะได้รับความและแหล่งที่มาของข้อมูลแตกต่างกันไปตามฐานะสังคม

กระบวนการซื้อต่างกัน (Purchasing processes) ฐานะทางสังคมมักจะมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการซื้อจะเลือกซื้อที่ไหน อย่างไร หลักฐานที่ปรากฏเสมอก็คือ คนที่มีฐานะต่ำมักจะนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นที่ใกล้ ๆ ที่เป็นที่ยู้งักกัน ในขณะที่คนมีฐานะปานกลางและค่อนข้างสูงมักจะมี ความมั่นใจในการซื้อและจะทำการเสาะหาและเปรียบเทียบจากหลาย ๆ ร้านและจากที่ไกล

ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ภายใต้สภาวะการจัดจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ขั้นตอนของความสนใจในผลิตภัณฑ์ใด ๆ ที่วางอยู่บนหิ้งมักจะเกิดในระยะเวลาประมาณ 3 เมตร ขึ้นไป หรือในระยะเวลาที่คนผ่านหัวชั้นการออกแบบให้เกิดความสนใจในระยษนี้มักจะเกิดจากรูปทรงและส่วนประกอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ เช่น ตราสินค้า เป็นต้น บ่อยครั้งที่เกิดจากโฆษณา หรือมีความทรงจำที่ดีมาก่อน ในบางครั้งอาจเกิดจากป้ายโฆษณา ณ จุดขาย ราคาที่ละพิเศษ หรือมีการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

2.6 เงื่อนไขทางการตลาด

2.6.1 ตลาดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์จากชุมชนในปัจจุบันยังคงค่อนข้างแคบและไม่เพียงพอต่อปริมาณผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยกลุ่มชุมชนต่าง ๆ มักประสบปัญหาไม่สามารถกระจายสินค้าออกไปไกลจากท้องถิ่นของตนเองได้มากนัก

ตลาดที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชนแบบค้าปลีกในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในท้องถิ่นในเขตหมู่บ้าน ตำบล อำเภอและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งแต่ละแห่งจะมีกลุ่มผู้บริโภคแตกต่างกันไปดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 367-369)

1. ร้านจำหน่ายของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ปัจจุบันร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ถือเป็นตลาดหลักของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากและสม่ำเสมอตลอดปี โดยจะมีปริมาณการซื้อเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษในช่วงเทศกาล

วันหยุดพักผ่อนต่าง ๆ กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนกันมาไม่ใช่ลูกค้าประจำ และส่วนใหญ่ซื้อสินค้ากลับไปเพื่อเป็นของฝาก

2. ร้านสหกรณ์และร้านค้าขนาดเล็กในท้องถิ่น ตลาดขนาดเล็กภายในท้องถิ่นถือเป็นตลาดสำคัญที่ช่วยระบายสินค้าของกลุ่มชุมชนได้ เป็นตลาดที่กลุ่มชุมชนสามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด ได้แก่ ร้านสหกรณ์ประจำอำเภอ ร้านขายของชำ และรถเร่ขายของ รวมไปถึงการที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนำสินค้าออกวางขายด้วยตนเองภายในท้องถิ่น โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นชาวชนบทซึ่งกำลังซื้อต่ำ เลือกซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็นแก่การครองชีพ ราคาถูกและคุณภาพปานกลางเท่านั้น ส่งผลให้ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาถูกและได้ผลตอบแทนต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

3. ศูนย์แสดงสินค้าประจำจังหวัด ปัจจุบันกรมส่งเสริมการเกษตรได้ส่งเสริมให้มีศูนย์สำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มเกษตรกรต่างๆ ในท้องถิ่นขึ้น โดยให้มีประจำทุกจังหวัดแบบถาวร เพื่อประชาสัมพันธ์และขยายตลาดสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ศูนย์แสดงสินค้าประจำจังหวัดส่วนมากมักตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัด ภายในมีการวางสินค้าจำแนกหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบและจำหน่ายสินค้าในราคาถูก แต่พบว่าการนำสินค้าจากชุมชนมาจำหน่ายในศูนย์แสดงสินค้าต่าง ๆ เหล่านี้ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากมีผู้สนใจเข้าไปเยี่ยมชมจำนวนน้อยมาก กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดประเภทนี้ คือ กลุ่มข้าราชการ คนในท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวนหนึ่ง

4. งานแสดงสินค้าของหน่วยงานราชการต่างๆ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ถือเป็นอีกความสนับสนุนหนึ่งที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้สินค้าเหล่านี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น โดยการจัดงานดังกล่าวเป็นแบบชั่วคราวและกระจายไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ เช่น งานกาชาดจังหวัด ฯลฯ

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มชุมชนในตลาดประเภทนี้ค่อนข้างจะได้รับความสนใจ จากผู้บริโภคที่เป็นประชาชนทั่วไปมากกว่าตลาดประเภทอื่น ๆ แต่เนื่องจากเป็นการจัดงานแบบชั่วคราว จึงไม่สามารถสร้างความต้องการที่ต่อเนื่องจากผู้บริโภคให้เป็นลูกค้าระยะยาวได้

จากการศึกษาสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนในปัจจุบันพบว่ามีกระจายสินค้าอยู่ในวงแคบและมีกลุ่มผู้บริโภคไม่แน่นอน ทั้งยังกำลังซื้อต่ำ ส่งผลให้ไม่ได้รับผลกำไรอย่างที่ต้องการจะเป็นเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่ายในร้านค้าทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งมีกลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำและมีกำลังซื้อสูงกว่าปัจจุบันกลุ่มชุมชนต่างๆ ยังประสบปัญหาไม่สามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มร้านค้าและกลุ่มผู้บริโภคในเมืองใหญ่ หนทางแก้ไขทำได้โดยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าเชื่อถือสามารถแข่งขันกับสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปสู่เมืองใหญ่ที่จะให้ผลกำไรที่มากกว่า

2.6.2 ตลาดจำหน่ายสินค้าในอนาคต

ตลาดหรือสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มเป้าหมายใหม่ซึ่งเป็นสตรีในเมือง ดังนั้นรูปแบบตลาดใหม่จึงเป็นกลุ่มร้านค้าปลีกในเมือง จากการศึกษารวบรวมประเภทร้านค้า

ปลีกในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่จัดจำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูป พบว่ามีร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเหล่านี้อยู่ 4 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ซูเปอร์มาเก็ต (Supermarket) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่จะจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยให้ความสำคัญกับความสดใหม่และความหลากหลายของสินค้า เน้นการขายแบบบริการตนเองสินค้าส่วนใหญ่ที่จัดจำหน่ายได้แก่สินค้าประเภทอาหาร

2. ซูเปอร์สโตร์ (Super store) เป็นรูปแบบของร้านค้าปลีกที่พัฒนามาจากซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าได้ครบทุกประเภทภายในร้านค้าแห่งเดียว ดังนั้นซูเปอร์สโตร์จึงประกอบด้วยซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนหนึ่งและอีก 20-25% จะขายสินค้าในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้าและเสื้อผ้า ซึ่งโดยมากมักจำหน่ายสินค้าในราคาถูกลงกว่าซูเปอร์มาร์เก็ตจึงตอบสนองต่อกลุ่มชนชั้นกลางได้มากกว่า

3. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient store) เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันรวมทั้งเครื่องดื่มและอาหารแบบจานด่วน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกนับตั้งแต่ทำเลที่ตั้ง เวลาในการให้บริการ และสินค้าที่ให้บริการลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำที่พักอาศัยหรือที่ทำงานไม่ไกลไปจากร้าน แต่สินค้าที่จำหน่ายไม่หลากหลายเหมือนซูเปอร์มาเก็ต พฤติกรรมการซื้อจะเป็นในลักษณะเพราะขาดเหลือหรือถึงยามจำเป็น ร้านค้าแบบนี้

แตกต่างจากมินิมาร์ท หรือร้านชำทั่วไป คือมีสินค้าที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่มมากกว่า ตัวอย่างเช่น ร้านไทเกอร์มาร์ท ร้านเลมอนกรีน ร้านเซเว่นอีเลเว่น และร้านเอเอ็ม-พีเอ็ม เป็นต้น

4. มินิมาร์ท (Mini mart) หรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อมเป็นการย่อยส่วนของซูเปอร์มาร์เก็ต ทั้งด้านพื้นที่ชนิด และปริมาณของสินค้า เช่น ร้านวิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้นการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเป็นการศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาด ผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน การจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ การกำหนดตลาดเป้าหมาย เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค (ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ. 2546 : 12-13) การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ได้แก่

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ผลิตภัณฑ์อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า มีประโยชน์และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคานี้จะคำนึงถึง การยอมรับราคาของลูกค้า ต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ลักษณะการแข่งขัน ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายและกำไร

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายก็ได้

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Product Strategies) การส่งเสริมการตลาดหมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้บุคคลขาย

(Personal Selling) และไม่ใช่บุคคลขาย (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดมีหลายประการ ซึ่งอาจใช้การขายโดยใช้พนักงานขายและไม่ใช่พนักงานขาย ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ด้วยเหตุดังกล่าว การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่ผู้วิจัยได้เลือกเพื่อทำการศึกษา โดยผลิตภัณฑ์จะได้แสดงบทบาทหน้าที่ด้านการตลาดอย่างสมบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่สื่อสารการตลาด (Marketing communication) โดยใช้ความรู้ด้านศิลปะเข้าช่วยอันได้แก่หน้าที่ ต่อไปนี้

1. ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ ทั้งลักษณะรูปร่าง โครงสร้างและกราฟิก ให้เกิดความเด่นชัด ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตาและเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภค

2. การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และเห็นฉลากทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอต่อผู้บริโภค แสดงออกถึงคุณงามความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบของผู้ผลิตต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3. การแสดงให้ผู้ซื้อเข้าใจถึงคุณประโยชน์ สรรพคุณและรายละเอียดอื่น ๆ ซึ่งกราฟิก บนผลิตภัณฑ์จะแสดงตัวเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent salesman) ให้สามารถเรียกร้องความสนใจให้ผู้บริโภคนำมาพิจารณาและตัดสินใจซื้อ

4. การที่ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความพึงพอใจ เกียรติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อเพื่อให้หน้าที่ต่าง ๆ เหล่านี้มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นก่อนการออกแบบจึงต้องมีการพิจารณาและวิเคราะห์ในด้านการตลาดดังกล่าวในตอนต้นซึ่งการพิจารณาด้านการตลาด ได้แก่

4.1 สภาพทางการตลาด ได้แก่ กลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย ผู้ซื้อเป็นใคร วัย เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ ตลาดเป้าหมาย เป็นร้านค้าประเภทใด และสถานการณ์ตลาด เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

4.2 ความสะดวกต่อการจัดจำหน่าย

4.3 การเอื้ออำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภค

4.4 ความเหมาะสมด้านราคา

สำหรับการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายนั้น ผู้วิจัยได้นำเอาลักษณะเฉพาะถิ่นด้านต่าง ๆ ของทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มาประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้ลักษณะเฉพาะถิ่นนั้นได้นำมาเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อท้องถิ่น (ทองเจือเขียนทอง. 2542 : 10-13) ดังแนวทางต่อไปนี้

1. ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์แบบเดิม มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกันอยู่แล้ว หากแต่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังไม่ทันสมัย และยังไม่สามารถผลิตได้คราวละมาก ๆ จึงทำให้ลดยุทธศาสตร์ไป เช่น แข่งใส่ปลาทุ กระเช้าผลไม้ ตะกร้าใส่ผัก ถุงผ้าใส่ของ ลังไม้ใส่ของหนัก ถาดขนม ไหใส่น้ำปลาไหล ปลาไร่ สาโท กระบุงตั้งฉ่าย เหล่านี้สามารถศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้น หรือเป็นแรงบันดาลใจ หรือเป็นต้นกำเนิดความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. ศึกษาข้อมูลที่เป็นในการออกแบบ ทั้งในด้านวัฒนธรรม ศิลปกรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น ศึกษาวัสดุ วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลที่ยังผลให้ผลิตภัณฑ์ออกแบบใหม่ มีคุณค่า มีความหมาย มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่ซ้ำใคร

ศึกษาผลิตภัณฑ์ของตำบลนั้นอย่างละเอียดถึงคุณสมบัติ คุณภาพ น้ำหนัก ขนาด ฯลฯ ข้อมูลนี้เป็นผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ถึงมือผู้บริโภคอย่างสมบูรณ์ ไม่เสียหาย

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีปัจจัย (Design Factors) มากมายที่ต้องคำนึงถึง ปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ (วิชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 25-35)

1. หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการออกแบบโต๊ะอาหารกับโต๊ะทำงาน โต๊ะทำงานมีหน้าที่ใช้สอยยุ่งยากกว่า มีลิ้นชักสำหรับเก็บเอกสาร เครื่องเขียน ส่วนโต๊ะอาหารไม่ต้องมีลิ้นชักเก็บของ ระยะเวลาของการใช้งานสั้นกว่า แต่ต้องสะดวกในการทำความสะอาด

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or Sales Appeal) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี ความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเองและความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) ผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา และสรีระวิทยา ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิลำเนา และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ จะต้องกำหนดขนาด ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับร่างกายหรืออวัยวะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อทำให้เกิดความถนัดและสะดวกสบายในการใช้งาน

4. ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้เห็นชัดเจนหรือมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กต้องเลือกใช้วัสดุที่ไม่มีสารพิษเจือปนเพื่อป้องกันเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม ชิ้นส่วนต้องไม่มีส่วนแหลมคมให้เกิดการบาดเจ็บมีข้อความหรือสัญลักษณ์บอกเตือน เป็นต้น

5. ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัวทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรง กระทำในรูปแบบต่าง ๆ จากการใช้งาน นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้เป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การที่จะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุและวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว

7. วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดต่าง ไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกวัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้

8. กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้ รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมาก ๆ

9. การบำรุงรักษาซ่อมแซม (Maintenance) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษาและแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น

10. การขนส่ง (Transportation) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่งความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง

สรุป งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่าง ๆ ทั้งรูปแบบ (form) ประโยชน์ใช้สอย (function) กายวิภาคเชิงกล (ergonomics) และอื่น ๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่น หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัว มีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาดและความเป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก (mass production) ส่วนการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่นการออกแบบเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าตามแฟชั่น อาจพิจารณาที่ประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกสบายในการใช้และความสวยงามเป็นหลัก

4. การออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ (Graphic design) ที่ดีอาจต้องลงได้หากการออกแบบเกี่ยวกับลายเส้น สี สัน ชื่อสินค้า เครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์ ตัวอักษร รูปภาพ รายละเอียดอื่น ๆ ไม่สัมพันธ์สอดคล้องกัน นอกจากนี้ยังต้องออกแบบกราฟิกให้สัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายว่าคือใคร เด็กหรือผู้ใหญ่ ชาวไทยหรือชาวต่างชาติ รวมไปถึงอาชีพและฐานะ

ชื่อสินค้า สัญลักษณ์ ตัวอักษร ควรเน้นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ดังตัวอย่าง ชื่อสินค้า น้ำปลาหวานตราตะไคร้ ชื่อสินค้า ข้าวเกรียบมโนราห์ ขนมหม้อแกงแม่กิมไล้ น้ำพริกกุ้งเสียบของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอำเภอลำปาง หากยังไม่มีชื่อสินค้าควรมีชื่อและออกแบบขึ้นใหม่ ข้อความที่ควรไว้ คือ “ของฝากจาก...” หรือ “ของที่ระลึกจาก...” เป็นต้นการออกแบบลายเส้น ลวดลาย รูปภาพและสี สัน ควรเน้นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้ชัดเจน โดยเจาะจงถึงระดับตำบลได้จะดีมาก หากไม่ได้ควรใช้เอกลักษณ์ของจังหวัดแทน เช่น ภาพธำมรงค์จากจังหวัดลำปาง ภาพปราสาทหินจากนครราชสีมา ภาพจิตรกรรมไทยของวัดที่ใกล้เคียงตัวอย่างของ S&P ที่ใช้ภาพไทยประสบผลสำเร็จมาแล้ว การออกแบบโดยใช้ลวดลายไทย ลายผ้าพื้นเมือง ลายเครื่องจักรสาน ดังเช่น กล่องสมุดบันทึกขององค์การโทรศัพท์ ใช้ภาพถ่ายแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น ภาพสัปรด ภาพต้นตาลโตนด

2.6.3 ผลิตภัณฑ์กับการรักษาสิ่งแวดล้อม

เป็นการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นถึงวิธีการหรือหนทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมที่เรียกกันทั่วไปว่า Green Product หรืออยู่ในลักษณะที่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อมที่

น้อยกว่าสภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่ อีกทั้งเป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการเลือกวัสดุและการออกแบบในการทำผลิตภัณฑ์ได้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม เช่นปุ๋ยที่ผลิตจากเศษพืชผักที่ไม่ทำให้เกิดสารตกค้างกับพืชผักที่นำมาบริโภค เป็นต้น

ด้วยในการตลาดยุคปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มต้องการหวนคืนสู่อ้อมกอดของธรรมชาติ เพราะต้องการความสงบ ผ่อนคลายและที่พักทางใจในการฟื้นฟูความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการและคนอีกส่วนหนึ่งเชื่อว่าวัตถุดิบจากธรรมชาติ คือ ความสด สะอาด บริสุทธิ์และมีคุณค่าที่จะทำให้สุขภาพของเราแข็งแรง ดังนั้นความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยให้เราได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้นนั้น ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ยังคงเป็นกระแสนิยมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอถึงแม้ว่ามีช่วงเวลาของการชะลอหรือห่างเหินบ้างแต่ท้ายสุดมนุษย์กับธรรมชาติก็มีอาจแยกขาดจากกันได้

ผลิตภัณฑ์แนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นสิ่งที่ดี แต่ในแง่ของผู้บริโภคมุมมองอาจไม่เป็นเช่นนั้น ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมยังมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้อยู่มาก การจะประสบความสำเร็จทางการตลาดได้นั้น ต้องสามารถเปรียบเทียบกับคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้งานกับผลิตภัณฑ์เดิม เช่นประหยัดกว่า ปลอดภัยกว่า ราคาถูกกว่า เป็นต้น (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2548 : 79-80)

2.7 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ คือการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving activity) เป็นการกระทำของมนุษย์ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งใหม่ ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้นใหม่แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย

งานออกแบบ คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้างและสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้นเนื่องจากความต้องการของมนุษย์มีมากกว่าปัจจัยการดำรงชีวิตพื้นฐาน 4 ประการ จนเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์พยายามทำการออกแบบและสร้างสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่ไม่สิ้นสุด จากลักษณะงานที่เรียบง่าย ค่อย ๆ เพิ่มความซับซ้อนเกี่ยวพันกันยิ่งขึ้นระหว่างสิ่งของต่าง ๆ ด้วยกัน และระหว่างสิ่งของกับสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยมีผลมาจากวิธีการดำรงชีวิตและวิทยาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2548 : 15-22)

ขอบเขตของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handy crafts)

ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักเป็นคนเดียวกัน และได้สัมผัสกับผลิตภัณฑ์นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ มักสอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวเข้าไปในผลงานที่ทำด้วย เช่น สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นฝีมือของชาวบ้าน (Handmade) จุดประสงค์ดั้งเดิมทำขึ้นเพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เสน่ห์ของผลิตภัณฑ์

ประเภทนี้อยู่ที่ความไม่เหมือนกันในรายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้นเป็นงานประดิษฐ์ที่ละเอียดอ่อนที่เครื่องจักรทำได้ยาก

องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

1. คุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม
2. มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น
3. วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น
4. ผลิตได้จริง ใช้สอยดีเหมาะสมกับวัสดุท้องถิ่น
5. ความสวยงามและความน่าสนใจ
6. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา
7. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง
8. ขนาดพอเหมาะ บรรจุหีบห่อยากต่อการชำรุดเสียหาย
9. ราคาที่ซื้อได้ โดยอาศัยการตัดสินใจน้อย
10. ราคาไม่แพง มีหลายราคาให้เลือก

2. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Products)

ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักแยกออกจากกัน นักออกแบบมักได้สัมผัสเพียงแบบบนกระดาษหรือหุ่นจำลอง ส่วนการผลิตผลงานในขั้นสุดท้ายนั้นเครื่องจักรจะเป็นผู้ทำหน้าที่แทน ในระยะอุตสาหกรรม การออกแบบจะทำงานกันเป็นทีม ประกอบด้วยผู้ร่วมงานหลายฝ่าย ได้แก่ นักออกแบบ เจ้าของกิจการ วิศวกร นักการตลาดฯลฯ ข้อเด่นของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ที่ความเหมือนกันในทุกรายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้น สามารถผลิตได้รวดเร็วและมีราคาต่อหน่วยถูกลงเมื่อผลิตเป็นจำนวนมาก

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

1. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Products)
2. การออกแบบ (Design)
3. การผลิตทางอุตสาหกรรม (Manufacture)
4. การทดสอบ (Testing)
5. การตลาด (Marketing)

คุณสมบัติของ “นักออกแบบ” ผลิตภัณฑ์ที่ดี

- แก้ไขปัญหาทางออกแบบและสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น
- เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มในการสร้างสรรค์งานออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต
- ไม่ลอกแบบงานผู้อื่น และไม่ควรเลียนแบบของโบราณ แต่ควรออกแบบให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง
- มีการศึกษา และปรับปรุงวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันกับตลาดได้
- มีความเข้าใจพื้นฐานทางสังคมและความสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นหลัก
- เป็นนักสังเคราะห์ที่สามารถผลิตงานออกแบบเป็นรูปธรรมและเหมาะสมกับการใช้งานของสภาพสังคมนั้นๆ เช่น การสร้างแนวทางใหม่ในการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทยยุคใหม่ โดยเข้าใจรากเหง้าวัฒนธรรมตนเองอย่างแท้จริง

คุณประโยชน์ของ “การออกแบบ” ผลิตภัณฑ์

- ปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เกิดความแตกต่างอย่างชัดเจนจากคู่แข่ง สะดุดตาและง่ายต่อการจดจำ
- สร้างเอกลักษณ์สินค้า ให้เกิดสัมผัสและการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์
- รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้นทั้งทางกายและทางจิตใจ
- เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้าได้
- ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร เช่น ออกแบบให้ผลิตง่าย ลดขั้นตอน เลือกใช้วัสดุภายในประเทศ ฯลฯ
- ขยายตลาดสินค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ สร้างความต้องการใหม่ สร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

คุณสมบัติของ “ผลิตภัณฑ์” ที่ดี

ความแปลกใหม่ (Innovative) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำซากมีการนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่างๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอยที่ต่างจากเดิม รูปแบบใหม่ วัสดุใหม่ หรืออื่น ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้น

มีที่มา (Story) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติ มีที่มาหรือ เล่าเรื่องได้ไม่ว่าจะเป็นต้นกำเนิดความคิดรวบยอดของการออกแบบให้ผู้บริโภคราบถึงเรื่องราวเหล่านั้นได้ เช่น นาฬิกาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ กล่าวถึงต้นกำเนิดมาจากงานช่างฝีมือในหมู่บ้านที่เก่าแก่หมู่บ้านหนึ่งที่มีการสืบทอดกันต่อ ๆ มาจนถึงปัจจุบัน เป็นต้น

ระยะเวลาเหมาะสม (Timing) การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดนั้นเหมาะสมตามฤดูกาล หรือตามความจำเป็น หรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อกันฝนหรือร่ม ก็ควรจะออกสู่ตลาดช่วงฤดูฝน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าชุดนักเรียนก็ควรออกสู่ตลาดช่วงฤดูภาคก่อนเปิดภาคเรียน เป็นต้น

ราคาพอสมควร (Price) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดนั้น โดยอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลก่อนทำการออกแบบและผลิต

มีข้อมูลข่าวสาร (Information) ข้อมูลข่าวสารของตัวผลิตภัณฑ์ควรจะสื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องในด้านประโยชน์และวิธีการใช้งาน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและผลิตภัณฑ์

เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือกลุ่มสังคมเป้าหมาย ไม่เป็นสิ่งที่ทำให้เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมหรือศาสนา

มีอายุการใช้งาน (Life Cycle) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพของการใช้งาน หรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และราคาที่จำหน่าย

2.7.1 การใช้สีเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์

จิตวิทยาการใช้สี

สีทุกสีย่อมมีอิทธิพลอยู่เหนือจิตใจมนุษย์ทั่วไป ดังนั้นการใช้สีของมนุษย์จึงแยกกันไม่ออก ทุกสีจะรู้สึกในอารมณ์ทันทีที่ได้เห็นสีมีความผูกพันกัน ดังนั้นจึงควรจะได้รู้ถึงสีสันต่าง ๆ ที่แสดงอารมณ์ โดยเฉพาะเพื่อให้ถูกกับเรื่องราวที่จะนำไปให้เป็นผลสมบูรณ์

จิตวิทยาของการใช้สีในชีวิตประจำวัน

เตือนให้ระวังอันตราย	ใช้	สีแดง ส้ม
ปลอดภัย	ใช้	สีเขียวหรือสีขาขาว เช่น ไฟสัญญาณจราจรบนถนน
เดียวกับไฟไหม้หรือเรื่องไฟ	ใช้	สีแดง
การพักผ่อน	ใช้	สีเขียว สีน้ำเงินปนเขียว
ความสนุกสนาน ร่าเริง	ใช้	สีชมพู เหลืองปนเขียว

ความหมายของสี (Color Meaning)

สีก่อให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ กันออกไปการมีความหมายในตัวเอง ซึ่งความหมายนี้ใช้การอ้างอิงจากสีสันที่พบในธรรมชาติส่วนหนึ่งและอ้างอิงจากประสบการณ์ในการเห็นสีสันของสิ่งของต่าง ๆ หรือบางสีที่ถือกันว่ามี ความหมายอย่างนี้โดยหาหลักฐานอ้างอิงไม่ได้ก็มี ความหมายของสีจึงไม่ใช่หลักตายตัว สามารถเปลี่ยนได้ตามกาลเวลายุคสมัยที่ผ่านไปและตามความน่าจะเป็น ความรู้สึกโดยทั่วไปของคนส่วนใหญ่

สีแดง	อ้างอิงจากดวงอาทิตย์และไฟ ซึ่งให้ความร้อน และแสงสว่างทำให้เมื่อเห็นสีแดง จึงรับรู้ได้ว่าเป็นความร้อน พลัง พลังงาน แสดงความก้าวร้าว ร้อนแรง ตื่นเต้น กล้าหาญ มีอำนาจดึงดูดสายตาคนมากที่สุดและยังเป็นสีมงคลในความเชื่อของชาวจีน
สีเหลือง	มีความสว่าง แสดงถึงความสดชื่น มีชีวิตชีวาดึงดูดสายตาได้ดีและมองเห็นได้แต่ในระยะไกลนิยมใช้ในป้ายร้านอาหารเพื่อดึงดูดสายตาผู้คน
สีน้ำเงิน	ให้ความหมายของความสงบเรียบร้อย ความสุขุม ความมีราคาให้อารมณ์หรูหรามีระดับ บางครั้งก็เพื่อสุขภาพ ความหนักแน่นผู้ชาย
สีส้ม	ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง ระวังใจ บาดตา ค่อนข้างร้อนแรง
สีเขียว	มาจากสีของต้นไม้ ซึ่งมีหลายหลากโทนสี จากการรับรู้ที่ต้นไม้ให้ความร่มเย็น สดชื่นจึงทำให้เกิดความรู้สึกถึงธรรมชาติ สงบชุ่มชื้นเย็นสบาย ให้ความรู้สึกเป็นกลาง ความซื่อสัตย์ สบายตา ความหวัง
สีม่วง	เป็นสีให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ ความสงบเยือกเย็นบางครั้งทำให้ไม่เบื่อสายตา
สีชมพู	ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก วยรุ่น ผู้หญิง ร่าเริง บริสุทธิ์ ไร้เดียงสา

สีน้ำตาล	ให้ความรู้สึกอบอุ่น เศร้า สงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่ โบราณ บางครั้งก็สื่อถึงไม้ แผ่นไม้ แห้งแล้ง
สีฟ้า	สืบเนื่องมาจากท้องฟ้าทำให้เกิดความรู้สึกโปร่งโล่งสบาย แสดง ความสว่างสดใส นุ่มนวล ความสุขสบาย
สีเงิน	สีเงินนั้นมาจากวัสดุมีน่าว เช่น อลูมิเนียม ซึ่งเป็นวัสดุใหม่ที่ นิยมนำมาใช้ในช่วงปัจจุบัน ไม่ได้มีตั้งแต่โบราณทำให้มีราคา แพงกว่าวัสดุอื่นๆ ทำให้สื่อถึงความทันสมัย ด้วยความมีน่าว ของมันทำให้เรารู้สึกว่า สีเงินเป็นสีที่มีคุณค่า มีราคา
สีทอง	อ้างอิงจากร่มทองคำที่มีอยู่ในธรรมชาติแสดงถึงความมีคุณค่า ความมีราคาแพง ความหรูหรา
สีขาว	บริสุทธิ์ ร่าเริง ให้ความรู้สึกสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความไม่มี
สีเทา	ให้ความรู้สึกเศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา เย็น ความเป็นกลาง
สีดำ	มาจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัวเอาไว้

การใช้งานของสี

สีจะช่วยให้ทัศนวิสัยแจ่มใสที่สุด เมื่อนำมาใช้งานดังนี้

- สีสดใสกับสีสดใส
- สีอ่อนกับสีสดใส
- สีอ่อนตัดกับสีเย็น

สีตัดกันเองตามปกติ เช่น

- สีดำบนพื้นสีเหลือง
- สีเหลืองบนพื้นสีเหลือง
- สีแดงบนพื้นสีขาว
- สีเหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน
- สีส้มบนพื้นสีน้ำตาล
- สีชมพูบนพื้นสีดำ

สีสามารถทำให้เห็นระยะวาเข้ามาใกล้หรือห่างออกไปได้ ตามปกติสีอ่อนเช่นสีเหลืองดูแล้วคล้าย
ให้ความรู้สึกเข้ามาใกล้ ในเมื่อสีเย็น เช่น สีน้ำเงิน น้ำเงินเทาและสีม่วง จะให้ความรู้สึกห่างออกไป
สีเมื่อเราใช้ในเนื้อที่มาก ๆ แล้วไม่น่าดูนั้น ถ้าใช้แต่เพียงเล็กน้อย อาจทำให้ดูพอดีและน่าสนใจ
มากขึ้น

การใช้สีเข้มตัดกับสีอ่อนจะทำให้แลเห็นว่าเด่นและมีชีวิตชีวามากกว่าใช้สีที่มีความเข้มหรือจาง
ที่ใกล้เคียงกันมาก

สีที่มีความสดใสพอกัน เมื่อใช้ด้วยกันจะช่วยดึงดูดความสนใจได้เร็ว ให้ใช้ในการออกแบบป้าย
โฆษณา

หลักในเรื่องความแนบของสีมีอยู่ว่า ควรจะต้องมีสีชนิดหนึ่งก็คือ แต่ละสีที่ใช้ปริมาณเท่ากัน
หมด ถ้าให้ปริมาณหรือเนื้อสีที่เปลี่ยนไป สีที่มีพื้นที่สีมากกว่าย่อมเด่นกว่า นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับ
เปลี่ยนแปลงของสีอีกด้วย

สีกับชีวิตประจำวัน

การกำหนดสีให้เหมาะกับเพศ วัย รูปร่าง ผิวพรรณ โดยทั่วไปเพศหญิงมักมีโอกาสเลือกสีและลายได้มากกว่าเพศชาย เช่น สีที่อ่อนสดใส ไปจนถึงสีที่เข้มที่สุด และสีที่ลดค่าความสดใสไปแล้ว

สำหรับเพศชาย การใช้สีบางสีที่เข้มสดตัดกันอย่างรุนแรงย่อมไม่เหมาะ จะใช้ได้บางโอกาสบางสถานที่ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนที่เป็นธรรมชาติ ชุดล่าลอง โดยปกติควรใช้สีอ่อนที่มีลวดลายเพียงเล็กน้อย หรือใช้สีเข้มหม่นพอควร หรือสีที่ดูเป็นกลางๆ มัว ๆ ไม่ฉูดฉาดหรือสะดุดตาเกินไป

วัยรุ่น กำลังเป็นวัยที่มีความคิดความอ่าน แบบผู้ใหญ่ เริ่มมีความคิดที่มีอิสระไม่ค่อยชอบกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ มีอารมณ์อ่อนไหว รู้สึกชอบง่ายและเบื่อง่าย มีความเพ้อฝันชอบเลียนแบบแฟชั่นเพื่อจะให้มีจุดเด่น มีการใช้สีฉูดฉาด ควรจะเป็นสีสดใสใกล้เคียงกับธรรมชาติ เช่นสีส้มของดอกไม้เป็นต้น

วัยหนุ่มสาว เป็นวัยที่มีความรู้สึกและอารมณ์ การใช้สีการใช้สีเป็นลักษณะที่กว้างขวางสามารถที่จะใช้สีของวัยรุ่นในลักษณะสดใส ตลอดจนถึงสีเข้มสดไปถึงสีที่ถูกลดค่าให้เป็นกลางประเภทสีมัวๆ แต่ต้องระวังการใช้สีประเภทเป็นกลาง สีมัวถ้านำมาใช้มากเกินไปจะทำให้ดูเคร่งขรึม ไม่เข้ากับลักษณะวัย

วัยผู้สูงอายุ ในสมัยก่อนมักใช้สีขาว ดำ น้ำตาล เทา สีม่วงเข้มและอีกไม่กี่สี ซึ่งมักจะเป็นสีมืดๆ หนักๆ ที่ทำให้ดูมีอารมณ์เคร่งขรึมซึ่งโครงของสีดังกล่าว เหมาะกับผู้สูงวัยและดูสง่าผ่าเผยสุภาพราบเรียบ มักนิยมใช้กันมาทุกยุค ทุกสมัย จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ ความเปลี่ยนแปลงทางศิลปวัฒนธรรมสังคมประเพณี สิ่งแวดล้อมของภารกิจอันรวดเร็ว และสับสน จึงเป็นเหตุให้ความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ของตนเปลี่ยนไป วัยผู้สูงอายุในปัจจุบันกล้าที่จะใช้สีฉูดฉาดมากขึ้น เช่น สีสด สีอ่อนจาง ๆ หรือสีเข้มสด ที่มีสีสดผสมอยู่ด้วยกัน

ซึ่งผู้สูงอายุในแถบเอเชียจะน้อยกว่าผู้สูงอายุในยุโรปและอเมริกา

เทคนิคการใช้สี (COLOR TECHNIQUE)

ปัญหาเกี่ยวกับเทคนิคการใช้สีมีดังนี้

1. สีกับรูปร่าง
2. สีกับพื้นผิว
3. สีกับวัสดุ

1. สีกับรูปร่าง

สีกับรูปร่างมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด สีชนิดเดียวกันใช้กับของที่มีรูปร่างต่างกัน จะแตกต่างกันแต่ทรงกลมหรือทรงกลม จะมีสีเข้มกว่าลูกบาศก์เพราะสามารถสะท้อนแสงได้ ทำให้สะท้อนกับจุดที่อยู่ข้างหลังตัดกันอย่างรุนแรง จึงทำให้สีอยู่ข้างหลังเข้มกว่า

2. สีกับพื้นผิว

ผลิตภัณฑ์ที่มีผิวขรุขระหรือผลิตภัณฑ์ที่มีจุดหรือรูปบนพื้นผิว หากไม่ต้องการให้เห็นง่าย ให้ใช้สีด้านหรือสีอ่อน พวกเครื่องจักรหรือส่วนที่มีการเคลื่อนไหว ไม่ควรใช้สีน้ำมันเพราะจะทำให้ระคายตาทำงานไม่สะดวก

การพยายามใช้วัสดุบางอย่างลอกเลียนให้เหมือนของบางอย่าง เช่น ทำพลาสติกให้เป็นลวดลาย ไม่ควรหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุตามจริง

3. สีกับวัสดุ

วัสดุที่เกี่ยวข้องกับสีมี 5 ประเภท คือ

1. สีต่างๆ แลกเกอร์และเคลือบมีหลายสี
2. พวกละหะซุบโครเมียม นิเกิลซุบอะลูมิเนียม มีสีแตกต่างกัน
3. พลาสติกมีสีมากมาย
4. เครื่องเคลือบดินเผามีหลายสีควบคุมให้เหมือนจริงไม่ถลอก ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับอุณหภูมิ
5. แก้วทำได้หลายสี

2.7.2 การใช้สีในการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. **ให้ความรู้สึกในเรื่องของขนาด** ในการมองสีอ่อนจะทำให้มองวัตถุมีความใหญ่กว่าสีเข้ม เครื่องจักรกลอาจทำให้มองเห็นไม่น่าดู น่าเกลียดและเห็นไม่ชัดโดยการใช้สีกลมกลืนไปกับเงา ในกรณีเดียวกันสีอ่อนทำให้เห็นวัตถุอยู่ใกล้และสีเข้มมองดูไกล สีร้อนดูใกล้และสีเย็นดูไกล
2. **น้ำหนักสีมีผลเกี่ยวกับน้ำหนักของวัตถุ** สีอ่อนจะมองดูเบา สีเข้มจะมองดูหนัก ในกรณีนี้สีเย็น เช่น สีน้ำเงินอ่อน เขียวอมฟ้า ฟ้าม่วงและสีเหลืองอ่อน จะทำให้ดูเบาในเรื่องของน้ำหนัก
3. **ความแข็งแรง** สีร้อน เช่น สีแดง สีแสด เหลืองเข้ม มักแสดงความแข็งแรงมากกว่าสีเข้ม หรือสีที่มีสีเทามากกว่า แต่สีร้อนและสีน้ำเงินอมเทา จะทำให้ดูมีความรู้สึกเหมือนเหล็ก จึงเป็นสีที่เหมาะสมที่จะแสดงความแข็งแรง
4. **อุณหภูมิ ในกรณีที่จะให้เห็นถึงอุณหภูมิ** จะเห็นข้อแตกต่างได้มาก สีแดงแสด เหลืองแรงๆ จะแสดงถึงความร้อน สีน้ำเงิน เขียวอมฟ้า ฟ้าม่วงและขาว แสดงถึงความเย็น ตู้เย็นสีแดงจึงไม่ค่อยเห็นว่ามีขาย ข้อยกเว้นเกี่ยวกับสีแดง ในกรณีนี้คือความสะอาด ทางสรรพสินค้าพบว่า เตาที่มือจับสีน้ำเงินขายไม่ค่อยออก แต่เมื่อเป็นสีแดงขายได้ สีขาวอ่อนจะไม่ค่อยดูความร้อน สีเข้มจะดูความร้อนมากถ้าที่ที่เป็นเหล็กทาสีขาวจะเย็นกว่าทาสีแดงเมื่อตั้งอยู่กลางแจ้ง
5. **ความสะอาดสีขาวเมื่อถูกผสมให้ปนกับสีน้ำเงิน** มองดูรู้สึกสกปรก ไม่บริสุทธิ์จนกระทั่งสีน้ำเงินที่ใส่เข้าไปมีจำนวนมาก มองเห็นเป็นสีฟ้า สำหรับในวงการอุตสาหกรรม (ยกเว้นในกรณีที่ต้องการสีฟ้า) ส่วนมากจะแปลงสีขาวโดยใช้สีเหลืองแดงและสีฟ้า สีเหลืองอ่อน จัดว่าเป็นสีที่สะอาดและถูกสุขลักษณะเพราะเป็นสีที่ใกล้เคียงกับสีของอาหาร เช่น ครีม เนย
6. **ความภูมิฐานสง่างาม** ถ้าต้องการลักษณะนี้ไม่ควรใช้สีร้อนแรง นอกจากจะใช้เป็นส่วนน้อยสีเทา เป็นสีที่แสดงความภูมิฐานและสง่างามที่สุด ส่วนสีที่เลือกใช้ได้คือ เทาอมน้ำเงิน เทาอมม่วง เทาอมเขียวและสีแดงคล้ำ

2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประกิต (จิตร) บัวบุศย์ (2535:67) ได้กล่าวไว้ว่าการพัฒนางานผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะเป็นไปอย่างช้า ๆ เนื่องจากมีความจำกัดในด้านต่าง ๆ หลายประการ เช่นความจำกัดในหน้าที่ ใช้สอย ส่วนการพัฒนาเครื่องจักสาน ได้พัฒนารูปทรงให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและ สภาพแวดล้อมคตินิยมของท้องถิ่นด้านความงามของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานปัจจุบันด้วยคุณค่ากว่า ในอดีต เพราะสภาพสังคมในอดีตเอื้ออำนวยให้ผู้ผลิตมีเวลา ผลิตด้วยความประณีต ซึ่งสภาพ เช่นนี้ไม่สามารถกระทำได้ใน

ปัจจุบัน มีการผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น ดังนั้น ความประณีตบรรจง จึงย่อมลดลง ดังนั้น ความนิยมในการซื้อเครื่องจักสานเพื่อที่จะใช้สอยในครัวเรือนจึงลดน้อย ถอยไป จนเกือบกล่าวได้ว่าจะทำอยู่แต่ในชนบทห่างไกลเท่านั้น ซึ่งเป็นการทำขึ้น เพื่อใช้สอย ภายในครัวเรือนของตนเพียงเล็กน้อย อาชีพช่างจักสานจึงขาดหายไปดังเหตุผลที่กล่าวมา

เจษฎา พัฒรานนท์. (2553) วิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษากลุ่มจักสานใบกะพ้อ ตำบลทุ่งโพธิ์ อำเภोजุฬาภรณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นภายใต้บริบทชุมชนกลุ่มจักสานใบกะพ้อตำบลทุ่งโพธิ์อำเภोजุฬาภรณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นำเทคนิค AIC มาใช้ในการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มจักสานใบกะพ้อมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีผู้เข้าร่วมดำเนินการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่น จำนวน 30 คน มีการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม 3 วงรอบ แนวทางหลักในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ คือ การนำเศษวัสดุที่เหลือ จากการทำพัดใบกะพ้อมา พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จำนวน 21 ชุดผลิตภัณฑ์ 53 ชิ้นงาน ได้แก่นำในการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาสามารถนำไปจำหน่ายตลอดจนถ่ายทอดความรู้ให้กับเยาวชนใน ท้องถิ่น ผลการวิจัย เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในการ พัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2540:1-79) ได้กล่าวไว้ว่าเครื่องจักสานเป็นเครื่องใช้ของไทยที่มีใช้ กันทั่วไป ทุกครัวเรือนมาตั้งแต่สมัยโบราณ นอกจากเป็นภาชนะต่าง ๆ แล้วยังเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ ในชีวิตประจำวันอีกมากมาย วัตถุประสงค์หรือสิ่งที่จะนำมาทำเครื่องจักสานของไทยมีหลายชนิดใน ภาคเหนือ มักจะทำเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ โดยการทำให้เป็นตอกก่อนสานสิ่งต่างๆแต่ในภาคใต้ทำเครื่องจักสานด้วย ต้นกระจูด ใบลำเจียกและย่านลิเภา ภาคกลางและภาคอีสานส่วนมากทำมาจาก ไม้ไผ่มากกว่าวัสดุอื่น วัตถุประสงค์ในประเทศไทยมีหลายชนิดการทำเครื่องจักสานจะต้องนำวัตถุดิบมา แปรรูปให้เป็นเส้นตอกตามต้องการ การทำเครื่องจักสานเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยที่ใช้ ประโยชน์ในชีวิตประจำวันมาช้านานแล้ว ถึงแม้ปัจจุบันภาชนะที่ทำด้วยพลาสติกและวัตถุดิบ อื่นๆเข้ามาทดแทนก็ตาม แต่เครื่องจักสานหลายชนิดก็ยังคงเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่พื้ขึ้นตาม สภาพแวดล้อมชนบประเพณีและวัฒนธรรม ดังนั้นเครื่องจักสานไทยซึ่งเกิดจากความคิด 16 สร้างสรรค์และภูมิปัญญาของไทย จึงสะท้อนให้เห็น วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคน ไทยจากอดีตสืบมาจนถึงปัจจุบัน

วินัย วิริยะปานนท์ (2527:1-12) พบว่าทั้งเด็กและผู้ใหญ่มีความสามารถในการจักสานได้ เป็นอย่างดี ซึ่งได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน ปัจจุบันจุดมุ่งหมายในการผลิตเปลี่ยนแปลงไปจากการทำ เพื่อประโยชน์ใช้สอยในครัวเรือน เป็นหัตถกรรมประยุกต์โดยดัดแปลง ให้ก้าวหน้าตามกาลสมัยและผลิตให้ได้ปริมาณมาก เป็นไปตามความต้องการของท้องตลาด การศึกษาจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ รวบรวมตัวอย่างของจริง ภาพถ่าย นอกจากนี้ยังได้แบ่งเครื่องจักสานออกเป็น ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องจักสานที่เป็นเครื่องภาชนะกระบอก กระจาด กระติบ กระบาย ตะกร้า เครื่องจักสานที่ใช้เป็นเครื่องตกแต่ง เช่น กระออม กระชู่ เครื่องจักสานที่ใช้ใน ครัวเรือนเช่น กระชอน กระด้ง พัด เครื่องจักสานที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เช่น เข่ง หลัว เครื่องจักสานที่เป็นเครื่องจับและดักสัตว์ เช่น กระจู้ สุ่ม ฝือก กก กระชัง ข้อง และเครื่องจักสาน ที่เป็นเครื่องเรือน เครื่องปูลาด เครื่องเล่น เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเพื่อแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยของแต่ละขั้นตอนในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีดำเนินงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้
ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินงานดังนี้

1. สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 50 คน และเป็นคนในท้องถิ่น 50 คน เพื่อใช้ผลสรุปที่ได้เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยการใช้แบบสอบถาม
2. สอบถามข้อมูลจากผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าของฝากและเฟอร์นิเจอร์ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์
3. สืบค้นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าของฝากที่เลือกนำมาศึกษาเฟอร์นิเจอร์สภาพการจำหน่าย โดยการบันทึกภาพและการจดบันทึก

3.2. เครื่องมือในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย ดังนี้

3.2.1 ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

โดยการกำหนดลักษณะของเครื่องมือในขั้นตอนนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

(1) แบบสอบถาม เพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไปและความต้องการในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย

ตอนที่ 2 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของฝากที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุง เอกลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลที่ต้องการให้ระบุไว้บนผลิตภัณฑ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ด้วยแบบประเมินค่า (Scale questions) คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions) คำถามที่เลือกตอบได้หลายคำตอบและคำถามแบบตรวจสอบ

(2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของฝาก โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบเป็นมาตรฐาน (Structured interview) แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบเปิด (Open-end items)

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านการตลาดของสินค้าของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด

ตอนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปของฝากเป็นคำถามแบบเปิด

(3) แบบสำรวจ เพื่อใช้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสินค้าของฝาก สภาพการจำหน่าย โดยใช้รูปแบบการสำรวจแบบเป็นมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะสินค้าของฝาก

ตอนที่ 2 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการจำหน่ายของสินค้าของฝาก

3.3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป

3.3.1 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเฟอร์นิเจอร์

เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็น

(1) การประเมินและพัฒนาผลงานออกแบบครั้งที่ 1 ใช้สำหรับสอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิ ในผลงานออกแบบจำนวน 3 ทางเลือก เพื่อสรุปผลในขั้นตอนแรกให้เหลือ 2 ทางเลือก

(2) การประเมินและพัฒนาผลงานออกแบบครั้งที่ 2 ใช้สำหรับสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในผลงานออกแบบจำนวน 2 ทางเลือก เพื่อสรุปให้เหลือผลงานในขั้นสุดท้าย

(3) การสร้างของที่ระลึกต้นแบบ (Prototype) นำไปผลงานที่ผ่านการพัฒนาขั้นสุดท้ายไปสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปต้นแบบ เพื่อใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์จากกก (มผช.๗/๒๕๕๙) และการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายผู้จำหน่ายทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมต่อไป

3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ก่อนการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์
- ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเฟอร์นิเจอร์
- ขั้นตอนการประเมินของเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่ ภายหลังจากสอบถามความคิดเห็นแล้วพิจารณา เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้

3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพ บ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มีรูปแบบการใช้สถิติและการแปรผลข้อมูล แบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยทั้ง 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวต่างถิ่นและคนในท้องถิ่น มาวิเคราะห์หาร้อยละและค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนน

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของสินค้าของฝาก ผลิตภัณฑ์ของฝากและความต้องการของผู้จำหน่ายมาสรุปแปรผลโดยการบรรยาย

3.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

การนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจใน ครั้งที่ 1 และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในครั้งที่ 2 เพื่อการประเมินผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ทั้ง 2 ทางเลือก มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย

3.5.3 ขั้นตอนการประเมินเฟอร์นิเจอร์ รูปแบบใหม่

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์ รูปแบบใหม่ หลังการพัฒนา ของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย อธิบายเปรียบเทียบด้วยค่าสถิติ t-test ชนิด Dependent sample และแปรผลโดยการบรรยาย

3.6. จัดทำรายงานและเผยแพร่ผลงานและข้อมูลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม” เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละขั้นตอนการศึกษาวีจียออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

4.1 ผลการเก็บข้อมูลการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4.2 สรุปแนวทางการออกแบบตามขอบเขตการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

4.3 แนวคิดในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบเดิม

โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยของแต่ละขั้นตอนในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการเก็บข้อมูลการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจสินค้า ผลิตภัณฑ์และสภาพการจำหน่าย

จากการสำรวจพบว่า สินค้าของฝากถูกวางอย่างเป็นระเบียบ โดยสินค้าภายในร้านสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มสินค้าประเภทเสื้อผ้า ได้แก่ เสื้อ เสื้อแบบบุฟองน้ำพับเก็บได้และเบาะรองนั่ง
2. กลุ่มสินค้าประเภทกระเป๋า ได้แก่ กระเป๋าถือและสะพาย
3. กลุ่มสินค้าประเภทกล่อง ได้แก่ กล่องกระดาษทิชชู
4. กลุ่มสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน ได้แก่ ที่รองจานและแก้ว
5. กลุ่มสินค้าประเภทของที่ระลึก ได้แก่ พวงกุญแจและกระเป๋าต่างค์

โดยผลการสำรวจสินค้าของฝากภายในร้านพบว่า มีจำนวนสินค้าประเภทเสื้อผ้า คิดเป็น ร้อยละ 70 ของสินค้าทั้งหมด

1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในขั้นตอนการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายมีทั้งเพศชายและเพศหญิงในปริมาณไม่แตกต่างกัน เป็นผู้ที่มีค่อนข้างมีอายุ (อายุ 41-50ปี) ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ค่อนข้างสูง การศึกษาในระดับสูง

2. วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย คือ ซื้อไปใช้เองและฝาก

3. ชนิดของสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อมากที่สุด คือ เสื่อ เสื่อแบบบุฟองน้ำ พับเก็บได้และเบา

4. ปริมาณการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย มีจำนวนอยู่ในช่วง 2-5 ชิ้น

5. ความต้องการของผู้จำหน่ายสินค้าของฝาก

- ในด้านงานออกแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ ผู้จำหน่ายมีความต้องการให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อวิธีการผลิต ที่เน้นการผลิตง่าย

6. รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสม คือ เก้าอี้พับเก็บได้และน้ำหนักเบา

สรุปแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ผลสรุปของการวิเคราะห์ความต้องการด้านต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ความต้องการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ความต้องการให้มีรูปแบบ สี สันและลวดลายของเฟอร์นิเจอร์ (ดังแสดงในตารางที่ 4.1) ในแนวทางในการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ทั้ง 3 แนวทาง ที่กำหนดตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อสินค้าของฝาก ดังนี้

แนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง

แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านาย ผู้ใหญ่ที่นับถือ

แนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว

ตารางที่ 4.1 การจัดลำดับความสำคัญของคุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์ตามที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนาปรับปรุงในแต่ละแนวทางการออกแบบ

คุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์	ลำดับความสำคัญในการออกแบบ		
	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3
ด้านการใช้งาน			
- ความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย	3	3	4
- สะดวกสบายในการนั่ง	4	3	3
- ด้านหน้าที่ใช้สอย	3	3	4
ด้านการตลาด			
- มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น	3	3	4
- มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3	4	3
- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่าย	4	3	3

ตารางที่ 4.2 สรุปแนวทางการใช้ รูปแบบ ลวดลายและสีสันทัน ของผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์

รูปแบบ ลวดลายและสีสันทันของเฟอร์นิเจอร์	ลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการ		
	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3
รูปแบบดั้งเดิม	-	-	-
รูปแบบร่วมสมัย	-	/	/
รูปแบบทันสมัย	/	/	/
โทนสีเข้ม	-	-	-
โทนสีกลาง	/	/	/
โทนสีอ่อน	-	-	-
สีโทนเย็น	/	/	/
สีโทนร้อน	-	-	-
คู่สีตรงกันข้าม	-	-	-
คู่สีกลมกลืนกัน	/	/	/

4.2 สรุปแนวทางการออกแบบตามขอบเขตการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์แปรรูปจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพ บ้านหว่า ตำบล บ้านหว่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์จักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพ่ง ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

จากผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ในตอนที่ 1 มาใช้ในการสรุปเป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ของฝาก ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งาน และด้านการตลาดตามขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 ผลสรุปแนวคิดในการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

นำข้อมูลจากผลสรุปการศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ มาใช้กำหนดเป็น แนวความคิดในการออกแบบโครงสร้างและโลโก้ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดในการออกแบบโครงสร้างเฟอร์นิเจอร์

คือ การกำหนดแนวทางในการเลือกใช้วัสดุและการกำหนดรูปทรงของเฟอร์นิเจอร์ของฝาก สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจักสานจากต้นกก ได้แก่

- นำวัสดุที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้
- คำนึงถึงการอำนวยความสะดวกในการหิ้วถือ นำพา ของผู้ซื้อ เช่น การออกแบบ

ให้สินค้ามีขนาดกะทัดรัดและน้ำหนักเบา

- การออกแบบให้ผลิตภัณฑ์สามารถพับแบนราบได้ เพื่อประหยัดพื้นที่ในการ

จัดเก็บและการขนส่ง ตามความต้องการของผู้จำหน่าย

2.2 การออกแบบเฟอร์นิเจอร์

สำหรับขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์ของฝากสำหรับแปรรูปจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดนั้น

สามารถนำผลสรุปแนวคิดและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มาใช้ในขั้นตอนการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จำนวน 3 ทางเลือก ดังต่อไปนี้

1. ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ CONCEPT 1 แนวทางที่ 1

ออกแบบให้เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง โดยให้เฟอร์นิเจอร์ใช้งานตามวิถีชีวิต

2. ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ CONCEPT 2 แนวทางที่ 2

ออกแบบให้เหมาะสำหรับการมอบให้เจ้านาย หรือผู้ใหญ่ที่นับถือ โดยให้เฟอร์นิเจอร์มีคุณค่ามีขนาดกระทัดรัดและน้ำหนักเบา

3. ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ CONCEPT 3 แนวทางที่ 3

ออกแบบให้เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว โดยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า สามารถพับเก็บได้และน้ำหนักเบา

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบจะต้องสะท้อนถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ตามลำดับความสำคัญ ที่ได้มาจากผลการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะในด้านการใช้งาน

- ความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย
- สะดวกสบายในการนั่ง
- ด้านหน้าที่ใช้สอย

คุณลักษณะในด้านการตลาด

- มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น
- ใช้วัสดุตามท้องถิ่น ให้เป็นลายเส้น เพื่อสื่อถึงแหล่งที่มาของสินค้าและเป็น

เอกลักษณ์ที่คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่น ให้การยอมรับมากที่สุด

- มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา

ใช้แนวทางในการออกแบบลวดลาย สี สันของผลิตภัณฑ์ ลวดลาย เลือกใช้สีอ้างอิงตามโทนสีของพื้นถิ่น คู่สีกลมกลืนกัน

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการพิจารณาเฟอร์นิเจอร์ทั้ง 3 แนวทางประกอบหุ่นจำลอง (Model study) โดยให้กลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยว 50 คน และเป็นคนในท้องถิ่น 50 คน พิจารณาถึงรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าปริมาณการเลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ทั้ง 3 ทางเลือกของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่าง		N	ปริมาณการเลือก (ร้อยละจากทั้งหมด)		
			แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		100	34	31	35
สถานะภาพ	คนในท้องถิ่น	50	17	15	18
	นักท่องเที่ยวต่างถิ่น	50	17	16	17
เพศ	ชาย	36	12	11	13
	หญิง	64	22	21	21
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	12	5	3	4
	30-40 ปี	49	16	16	17
	41-50 ปี	35	11	12	12
	51 ปีขึ้นไป	4	1	1	2
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	3	2	-	1
	ข้าราชการ	24	8	7	9
	รัฐวิสาหกิจ	7	2	2	3
	พนักงานบริษัท	44	14	15	15
	ประกอบธุรกิจ	22	7	8	7
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	6	6	6
	10,000-20,000 บาท	29	10	9	10
	20,001-30,000 บาท	31	11	10	10
	30,000 บาทขึ้นไป	22	7	6	9
ระดับการศึกษา	ม.6 (ปวช.) หรือต่ำกว่า	11	5	2	4
	อนุปริญญา (ปวส.)	15	6	3	6
	ปริญญาตรี	58	20	19	20
	สูงกว่าปริญญาตรี	13	4	4	5

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เลือกผลงานออกแบบแนวทางที่ 3 (ร้อยละ 35) มากกว่าแนวทางที่ 1 (ร้อยละ 34) และแนวทางที่ 2 (ร้อยละ 31) คนในท้องถิ่น เลือกผลงานออกแบบแนวทางที่ 3 (ร้อยละ 18) มากกว่าแนวทางที่ 1 (ร้อยละ 17) นักท่องเที่ยวต่างถิ่น เลือกผลงานออกแบบแนวทางที่ 3 (ร้อยละ 17) เท่ากับแนวทางที่ 1 (ร้อยละ 17) และกลุ่มเป้าหมายในทุกกลุ่มเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีปริมาณการเลือกผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ในแนวทางที่ 3 มากกว่าแนวทางที่ 1 ด้วยเช่นเดียวกัน

ดังนั้นจึงเลือกนำผลงานในแนวทางที่ 3 ไปพัฒนาปรับปรุงตามผลสรุปจากระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ก่อนนำไปใช้ประเมินผลงานออกแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ในขั้นตอนต่อไป

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย ตามผลสรุประดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวทางที่ 3 ทั้งด้านการใช้งานและในด้านการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.4 การประเมินระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่ 3

คุณลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบแนวทางที่ 3								
	คนในท้องถิ่น			นักท่องเที่ยวต่างถิ่น			รวมทั้งหมด		
	Mean	SD	แปลความ	Mean	SD	แปลความ	Mean	SD	แปลความ
ด้านการใช้งาน									
ความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย	4.22	.708	มากที่สุด	3.94	.890	มาก	4.08	.812	มาก
สะดวกสบายในการนั่ง	4.08	.778	มาก	3.96	.832	มาก	4.02	.803	มาก
ด้านหน้าที่ใช้สอย	3.80	.857	มาก	4.18	.873	มาก	3.99	.881	มาก
ด้านการตลาด									
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.66	1.00	มาก	3.54	.930	มาก	3.60	.964	มาก
สวยงาม โดดเด่น	3.70	.931	มาก	3.50	.886	มาก	3.60	.910	มาก
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.58	1.12	มาก	3.26	.876	ปานกลาง	3.42	1.01	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในผลงานออกแบบแนวทางที่ 3 ในด้านต่างๆ ดังนี้

- คุณลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ด้านการใช้งาน

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

มีความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08) สะดวกสบายในการนั่ง มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02) และด้านหน้าที่ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.99)

ความคิดเห็นของคนในท้องถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.22) สะดวกสบายในการนั่ง มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08) และด้านหน้าที่ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.80)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ด้านหน้าที่ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18) สะดวกสบายในการนั่ง มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.96) และความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.94)

- คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60) สวยงาม โดดเด่น ชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.42)

ความคิดเห็นของคนในท้องถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

สวยงาม โดดเด่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.66) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

มีรูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.54) สวยงาม โดดเด่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.26)

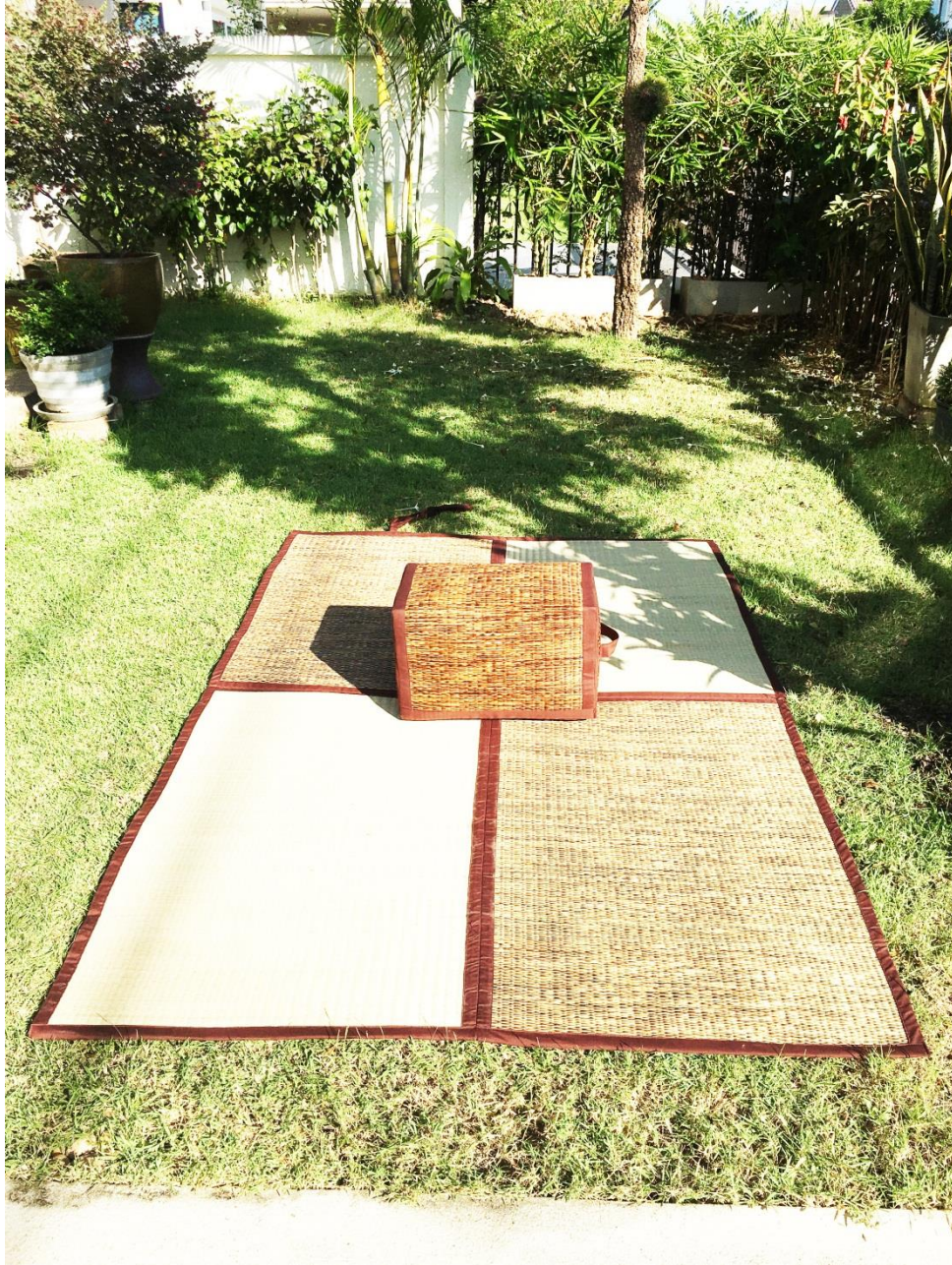
2.3 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้ทราบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดอยู่ระดับมากขึ้นไป

ผู้วิจัยจึงได้นำผลงานนี้มาพัฒนาปรับปรุง ด้วยการปรับโทนสีของผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นพื้นสีธรรมชาติของต้นกก ไล่สีน้ำตาลพร้อมผ้ากำมะหยี่

ก่อนนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปใช้ในการประเมินเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมด้วยการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานและความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งผู้จำหน่ายในขั้นตอนต่อไป





ภาพที่ 4.1 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 1
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์และคณะ. 2561



ภาพที่ 4.2 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 2
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์และคณะ. 2561





ภาพที่ 4.3 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 3
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์และคณะ. 2561



4.3 แนวคิดในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่ หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบเดิม

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่าย

โดยนำผลงานหลังการพัฒนาปรับปรุงไปประเมินความพึงพอใจ ด้วยการสอบถามความคิดเห็นของผู้จำหน่าย เพื่อประเมินผลผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านความเหมาะสมทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.5 การประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่าย ในรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ใหม่หลังการพัฒนา ปรับปรุงกับผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ

คุณลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจในรูปแบบเฟอร์นิเจอร์			
	รูปแบบเดิม		รูปแบบใหม่	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
ด้านการใช้งาน				
ความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย	3.00	ปานกลาง	3.60	มาก
สะดวกสบายในการนั่ง	4.00	มาก	4.60	มากที่สุด
ด้านหน้าที่ใช้สอย	3.60	มาก	3.80	มาก
ด้านการตลาด				
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.80	มาก	4.20	มาก
สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3.80	มาก	4.20	มาก
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.60	มาก	4.00	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้งาน
 - คุณลักษณะในด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ได้แก่ ความสะดวกสบายในการนั่ง รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.60 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านหน้าที่ใช้สอย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.80 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.60 และความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.00
 - ไม่มีคุณลักษณะด้านใดที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม
- คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด

- คุณลักษณะในด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

ได้แก่ มีมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.80 สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.80 และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.00 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.60

- ไม่มีคุณลักษณะด้านใดที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

โดยนำผลงานหลังการพัฒนาปรับปรุงไปประเมินความพึงพอใจ ด้วยการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 50 คน และเป็นคนในท้องถิ่น 50 คน เพื่อประเมินผลเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมทั้งในด้านความเหมาะสมทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.6 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		สถานะภาพ				รวมทั้งหมด	
		คนในท้องถิ่น		นักท่องเที่ยว			
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	15	15	21	21	36	36
	หญิง	34	34	30	30	64	64
อายุ	อายุต่ำกว่า 30ปี	5	5	7	7	12	12
	อายุ 30-40 ปี	17	17	22	22	49	49
	อายุ 41-50 ปี	16	16	19	19	35	35
	อายุ 51 ปีขึ้นไป	2	2	2	2	4	4
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	1	1	2	2	3	3
	ข้าราชการ	10	10	14	14	24	24
	รัฐวิสาหกิจ	3	3	4	4	7	7
	พนักงานบริษัท	22	22	22	22	44	44
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	14	14	8	8	22	22

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		สถานะภาพ				รวมทั้งหมด	
		คนในท้องถิ่น		นักท่องเที่ยว			
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	9	9	9	9	18	18
	10,000-20,000 บาท	16	16	13	13	29	29
	20,001-30,000 บาท	14	14	17	17	31	31
	30,000 บาทขึ้นไป	11	11	11	11	22	22
ระดับ	ม.6 (ปวช.) หรือต่ำกว่า	7	7	4	4	11	11

มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.11	.617	ปานกลาง	3.85	.625	มาก	.00	-9.7*
สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3.17	.667	ปานกลาง	3.70	.784	มาก	.00	-6.7*
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.26	.786	ปานกลาง	3.58	.830	มาก	.00	-3.8*

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านการใช้งาน

- คุณลักษณะในด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม พบว่าในทุกคุณลักษณะมีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.50 สะดวกสบายในการนั่งรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.07 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 2.79 และด้านหน้าที่ใช้สอย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.97 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 2.83

- ไม่มีคุณลักษณะด้านใดที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

2. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด

- คุณลักษณะในด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม พบว่าในทุกคุณลักษณะมีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ได้แก่ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.85 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.11 สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.17 และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.26

- ไม่มีคุณลักษณะด้านใดที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปขั้นตอนของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1.3 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.5 ผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

5.1.1.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นกกนำไปสู่เฟอร์นิเจอร์จากต้นกกสำหรับกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

5.1.1.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์รูปแบบเก่าที่ทำจากจักสานต้นกระหวางเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่จักสานต้นกก

5.1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเพื่อแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาปรับปรุงเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในการตลาด

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์แปรรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบเดิม

5.1.3 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

1. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และกลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จักสานต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มีรูปแบบการใช้สถิติและการแปรผลข้อมูล แบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยทั้ง 3 ขั้นตอน ดังนี้

5.1.4.1 ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์แปรรูป

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวต่างถิ่น และคนในท้องถิ่น มาวิเคราะห์หาร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของสินค้าของฝาก ผลิตภัณฑ์ของฝากและความต้องการของผู้จำหน่ายมาสรุปแปรผลโดยการบรรยาย

5.1.4.2 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

การนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในครั้งที่ 1 และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในครั้งที่ 2 เพื่อการประเมินผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปทั้ง 3 ทางเลือก มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนคะแนนเฉลี่ย

5.1.4.3 ขั้นตอนการประเมินเฟอร์นิเจอร์แปรรูปแบบใหม่เทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในเฟอร์นิเจอร์แปรรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบเดิม ของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย อธิบายเปรียบเทียบกับค่าสถิติ t-test ชนิด Dependent sample และแปรผลโดยการบรรยาย

5.1.5 ผลการวิจัย

1. ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์
 - ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย คือ มีทั้งเพศหญิงในปริมาณมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ค่อนข้างมีอายุ พนักงานบริษัท มีรายได้ค่อนข้างสูง การศึกษาในระดับปริญญาตรี
 - วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย คือ ซื้อไปฝากคนในครอบครัวญาติพี่น้อง
 - ชนิดของสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อเป็นของฝากมากที่สุด คือ เสื้อ

- ผู้จำหน่ายมีความต้องการให้เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์ มีหลายรูปแบบ
- สรุปแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่กำหนดตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อสินค้าของฝาก ได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง

แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านาย ผู้ใหญ่ที่นับถือ

แนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว

2. ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเฟอร์นิเจอร์

- การออกแบบเฟอร์นิเจอร์

ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่ 1

เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง ลักษณะเด่นของผลงาน คือ เป็นเฟอร์นิเจอร์ตามวิถีชีวิตของคนพื้นถิ่น เสื่อผืน หมอนใบ เสื่อสามารถพับเก็บได้ ประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บเน้นการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ให้มีคุณค่าและความสวยงาม ตรงตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่ 2

เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านาย ผู้ใหญ่ที่นับถือลักษณะเด่นของผลงาน คือ เป็นเฟอร์นิเจอร์โต๊ะข้างผสมระหว่างเสื่อกกกับไม้ที่สามารถถอดประกอบได้ ใส่หนังสือได้ มีรูปแบบร่วมสมัย ขนาดกะทัดรัด นำหนักเบาและความสวยงาม ในระดับปานกลาง

ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่ 3

เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว ลักษณะเด่นของผลงาน คือ เป็นเฟอร์นิเจอร์เก้าอี้ผสมระหว่างเสื่อกกกับไม้ สามารถพับเก็บได้ ประหยัดพื้นที่ มีรูปแบบร่วมสมัยและความสวยงาม ในระดับมาก

- การประเมินผลงานออกแบบเพื่อตัดสินใจเลือก ครั้งที่ 1

เลือก ผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง (แนวทางที่ 3) โดยมีผลค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์ในระดับมาก ขึ้นไปในเกือบทุกด้าน และผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว หรือนำไปใช้เอง (แนวทางที่ 1) โดยมีผลค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ขึ้นไปในเกือบทุกด้าน ที่พึงพอใจในระดับปานกลาง

- การประเมินผลงานออกแบบเพื่อตัดสินใจเลือก ครั้งที่ 2

กลุ่มเป้าหมายเลือกผลงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว หรือนำไปบริโภคเอง (แนวทางที่ 2) โดยมีผลค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์ในระดับมาก ขึ้นไปในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในระดับปานกลาง

3. ขั้นตอนการประเมินเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่เทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

- การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่มากกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจน้อยกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

จากสมมติฐานการศึกษา พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่มากกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญ .05 ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เป็นการยอมรับสมมติฐาน

- การทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์เฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่สามารถวางซ้อนทับกันเพื่อรอการจำหน่ายได้

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพງ ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะของเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่ในด้านการใช้งาน

- มีขนาดและรูปแบบที่สามารถพับเก็บหิ้วถือ นำพา/เป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ

กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในลำดับที่ 1 สอดคล้องกับแนวคิดของ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 205) กล่าวว่า “นอกเหนือจากรายละเอียดของโลโก้ การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝาก จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ” ผู้จำหน่ายพึงพอใจในระดับมากที่สุด และกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในระดับมาก

การออกแบบเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีจำหน่ายทั่วไป เพื่อลดต้นทุนในการผลิตใหม่ มีน้ำหนักเบาพร้อมทั้งพับเก็บสะดวกต่อการเลือกซื้อ

- เหมาะสำหรับการมอบเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ / วางโชว์ได้น่าสนใจกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในลำดับที่ 3

ผู้จำหน่ายพึงพอใจในระดับมากที่สุดและกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจาก

การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการมอบเป็นของฝากภายใต้แนวคิด “ของฝากล้ำค่า” โดยการนำลวดลายดั้งเดิมของกลุ่มบ้านแพงมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบให้ดูมีเสน่ห์แบบไทยและนำเสนอภาพลักษณ์การเป็นสินค้าของฝาก

ตอนที่ 2 คุณลักษณะของเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่ในด้านการตลาด

- มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา

กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในลำดับที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ ดำรงค์ดี ชัยสนิท (2537 : 8-9) ที่ว่า “ผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับ สินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิตเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า” ผู้จำหน่ายพึงพอใจในระดับมากและกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากใช้แนวทางในการลวดลายสีส้ม ของผลิตภัณฑ์ คือ ลวดลายสีส้มของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อกลุ่มนี้ต้องการ คือ รูปแบบประยุกต์ ร่วมสมัย มีลวดลายธรรมชาติเหมือนจริง น้ำหนักสีกลาง สีเดิมของต้นกกที่ผลิตมาจากวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติปราศจากสารพิษ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2545 : 684)

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในลำดับที่ 3 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑาทิพย์ ชนิทรอาร์ักษ์ (2540 : 55) กล่าวว่า “ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนับสนุนแนวคิดการใช้ผลิตภัณฑ์ตามแนว

1A 3R (Aviod, Reduce, Reues, Recycle) แสดงให้เห็นว่าประชากรที่ศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมตามสมควร”

ผู้จำหน่ายพึงพอใจในระดับปานกลาง และกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในระดับมาก เนื่องด้วยเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใหม่ใช้เพียง 2 สี ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิตและทรัพยากรที่นำมาทำเป็นวัตถุดิบได้มาก

- มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น
กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในลำดับที่ 1

ผู้จำหน่ายพึงพอใจในระดับมาก และกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในระดับมาก เนื่องด้วยการใช้รูปแบบตัวเฟอร์นิเจอร์ที่มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นเพื่อสื่อถึงแหล่งที่มาของสินค้าและเป็นเอกลักษณ์ที่คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่นให้การยอมรับมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้และการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

การนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ตำบลแพง

ผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าของฝากส่วนใหญ่ มักมีค่านิยมที่มุ่งเน้นให้สินค้าของตนมีความโดดเด่นด้วยการใช้โทนสีที่ดูฉูดฉาดและใช้สีที่ตัดกันอย่างรุนแรงเพียงเพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้ซื้อ และผลทำให้สินค้าของตนเองโดดเด่นกว่าสินค้าชนิดอื่นที่วางจำหน่ายอยู่ด้วยกัน

แต่ผลที่ได้รับกลับกลายเป็นความล้มเหลวในด้านยอดขาย เพราะสินค้าบางกลุ่มเช่น สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ การใช้สีที่รุนแรงมีผลต่อความรู้สึก โดยเฉพาะการซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากนั้น ผู้ซื้อไม่ได้ซื้อไปใช้เองดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความสวยงาม อย่างมีรสนิยมในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ที่คู่ควรและเหมาะสมกับผู้รับฝากด้วย จึงจะสามารถช่วยแก้ปัญหาโดยเฉพาะในด้านการตลาดให้กับสินค้าของฝากในทุกท้องถิ่นที่ประสบอยู่ได้อย่างยั่งยืนมากกว่าการแก้ปัญหาด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์แบบลองผิดลองถูกไปเรื่อยๆ จนผู้ซื้อสับสนอย่างกับผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาอยู่

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

บทบาทหน้าที่ของเฟอร์นิเจอร์ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภคและกระแสของเทคโนโลยีได้ตลอดเวลา

การใช้เฟอร์นิเจอร์เพื่อเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายสินค้า จำเป็นที่จะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงไปของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ เพราะหน้าที่สำคัญของเฟอร์นิเจอร์ คือ การทำให้นุ่มนวลใจผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วอย่างไม่ลังเล

ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะพื้นที่หนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น การศึกษาในเชิงลึกของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของแต่ละพื้นที่ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจและมีเสน่ห์ที่แตกต่างกัน

ผลสรุปที่ได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้จริงกับสินค้าจากชุมชนนั้นๆ โดยเฉพาะ สินค้าในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าของฝากจากทุกชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่ได้ มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น

โดยผู้สนใจสามารถนำรูปแบบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเพื่อ การพัฒนาเฟอร์นิเจอร์สำหรับสินค้าของฝากในกลุ่มอื่นๆ หรือท้องถิ่นอื่นๆ ได้อย่างกว้างขวางต่อไป



บรรณานุกรม

- กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านแพง. Online <http://www.thaitambon.com/shop/03121103722>
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทธิ. 2537. การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- ธาดา สุทธิธรรม. (2553). การวิจัยและการเขียนบทความวิชาการทางศิลปประยุกต์. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ปฐวี ศรีโสภณ. (2553). การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร; กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548. หลักการและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : Idesign Publishing.
- sarakham.com สารคามบ้านเฮา สารคามดอทคอม. Online <http://www.sarakham.com/บ้านแพง>
- ศักดิ์ชาย ลีक्षा. (2552). ต่อยอดภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน. พิมพ์ครั้งที่ 2. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ. 2546. กลยุทธ์ตลาด. กรุงเทพฯ : แม็ค จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษา.
- สีกชี แสนสุภา. 2545. “หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์.” วารสารการบรรจุภัณฑ์. 5(6) : 4-9.
- สาคร คันธโชติ. 2528. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- หมู่บ้านท่องเที่ยวเอกกบ้านแพง. Online <https://www.touronthai.com/article/2876>
- อรรถพร เพชรานนท์. (2557). การออกแบบเอกลักษณ์องค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: งานสิ่งพิมพ์เอกสารตำรา สำนักงานคนบตี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- อรัญ วาณิชกร. 2559. การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
แบบสอบถามเพื่อประเมินผลงานออกแบบ
แบบสำรวจผลิตภัณฑ์/และสภาพการจำหน่าย
แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย



แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
เรื่อง แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง

ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

**DESIGN FOR FURNITURE WOVEN FROM SEDGE PAENG GROUP,
SUB DISTRICT PAENG, AMPHOE KOSUM PHISAI MAHASARAKHAM.**

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สังกัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดย นายคมเขต เพ็ชรรัตน์
นางศิริพันธ์ มิ่งขวัญ
นางสาวอุทัยวรรณ ประสงค์เงิน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 ประชากร

- ในท้องถิ่น จังหวัดมหาสารคาม นอกท้องถิ่น

1.2 เพศ

- ชาย หญิง

1.3 อายุ

- ต่ำกว่า 30 ปี 30-40 ปี
 41-50 ปี 51 ปี ขึ้นไป

1.4 อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ
 รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง
 ธุรกิจส่วนตัว อื่น ๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ / เดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท
 20,001 - 30,000 บาท 30,001 บาทขึ้นไป

1.6 ระดับการศึกษา

- ม.6 (ปวช.) หรือต่ำกว่า
 ปริญญาตรี

- อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
 สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม ท่านคิดว่าผู้ใดที่ท่านนึกถึงและต้องการซื้อกลับไปเป็นของฝากมากที่สุด

(จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1-5 ลงในช่องว่าง ให้หมายเลข 1 = ลำดับแรกที่ต้องการซื้อ)

- [.....] 1. ซื้อไปเป็นของฝาก
[.....] 2. เก็บสะสม
[.....] 3. นำไปใช้งานเอง
[.....] 4. เพื่อไปจำหน่าย

ถ้าตอบ ข้อ 1 (ของฝาก) ท่านคิดว่าผู้ใดที่ท่านนึกถึงและต้องการซื้อกลับไปเป็นของฝากมากที่สุด

(จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1-5 ลงในช่องว่าง ให้หมายเลข 1 = ลำดับแรกที่ต้องการซื้อไปฝาก)

- [.....] เจ้านาย หรือผู้ใหญ่ที่นับถือ
[.....]ญาติ พี่น้อง
[.....] เพื่อนสนิท
[.....] นำไปใช้เอง (คนในครอบครัว)
[.....] ลูกน้อง หรือเพื่อนร่วมงาน

2.2 ข้อในการพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม

(จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1-7 ลงในช่องว่าง ให้หมายเลข 1 = ลำดับแรกปัจจัยที่ทำให้มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด)

- [.....] ราคา
[.....] รูปแบบ
[.....] สีสีน
[.....] ขนาด
[.....] ประโยชน์ใช้สอย
[.....] คุณค่าของความเป็นกระดาษมูลช้าง 100%
[.....] ไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม

2.3 สินค้าชนิดใด ที่ท่านต้องการซื้อเป็นของฝากมากที่สุด
(จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1- 6 ลงในช่องว่าง ให้หมายเลข 1 = ต้องการซื้อเป็นของฝากมากที่สุด)



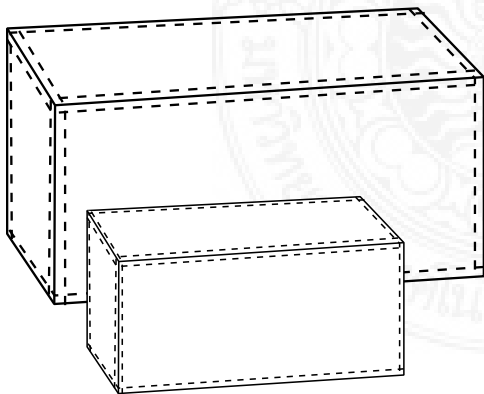
เก้าอี้ทรงกลมโลหะ
พร้อมที่เก็บของ

.....]
[.....]



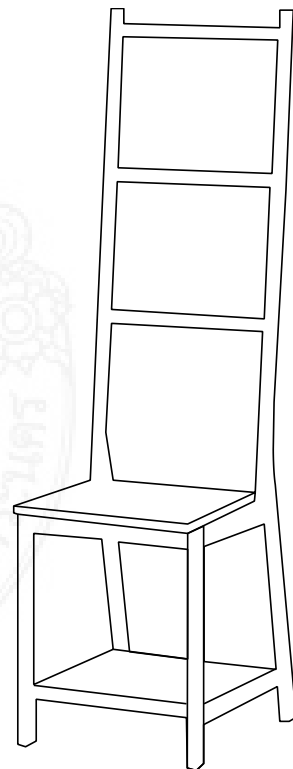
เก้าอี้ทรงกลมโลหะ
พร้อมชั้นเก็บของ

[



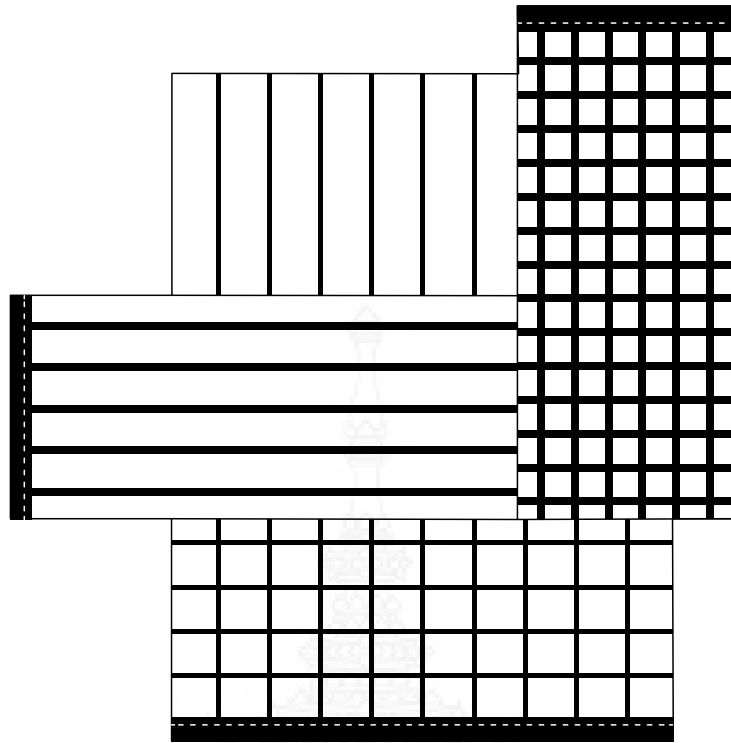
เก้าอี้ทรงเหลี่ยม
บุโฟม

.....]
[.....]



เก้าอี้ทรงเหลี่ยมไม้ไผ่
พร้อมราวแขวนผ้า

[



[.....]

เสียบต่อกัน
จัดวางได้หลายแบบ

2.4 ท่านต้องการให้มีพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์จกสานจากต้นกก ที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน ในด้านต่าง ๆ นี้ ในระดับใด

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จกสานจากต้นกก ด้านต่าง ๆ ที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุง	ระดับความต้องการให้ พัฒนาปรับปรุง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย
1. ภูมิปัญญาของชาวบ้าน					
2. มีเอกลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น					
3. ความสวยงาม และความน่าสนใจ					
4. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา					
5. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ					
6. ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					

2.5 ลำดับความชอบของท่าน ในรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก สำหรับสินค้าของฝากต่าง ๆ โดยพิจารณาเปรียบเทียบจากภาพตัวอย่างที่นำมาแสดง

(จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1, 2 หรือ 3 ลงในช่องว่าง ให้หมายเลข 1 = ชอบเป็นลำดับแรก)

1. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ท่านชอบ
[.....] ภาพ ก. รูปแบบวิจิตร
[.....] ภาพ ข. รูปแบบร่วมสมัย
[.....] ภาพ ค. รูปแบบลวดทอน / ทันสมัย
2. ลักษณะลวดลายบนผลิตภัณฑ์ที่ท่านชอบ
[.....] ภาพ ก. ลวดลายธรรมชาติ / เหมือนจริง
[.....] ภาพ ข. ลวดลายลวดทอน / นามธรรม
3. การใช้น้ำหนักสีของผลิตภัณฑ์ที่ท่านชอบ
[.....] ภาพ ก. สีนํ้าหนักอ่อน
[.....] ภาพ ข. สีนํ้าหนักกลาง
[.....] ภาพ ค. สีนํ้าหนักเข้ม
4. ลักษณะโทนสีของผลิตภัณฑ์ที่ท่านชอบ
[.....] ภาพ ก. สีโทนเย็น [.....] ภาพ ข. สีโทนร้อน
5. ลักษณะคูสีของผลิตภัณฑ์ที่ท่านชอบ
[.....] ภาพ ก. คูสีตรงกันข้าม [.....] ภาพ ข. คูสีกลมกลืนกัน

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



แบบสอบถามเพื่อประเมินผลงานออกแบบ
เรื่อง แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง
ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

DESIGN FOR FURNITURE WOVEN FROM SEDGE PAENG GROUP,
SUB DISTRICT PAENG, AMPHOE KOSUM PHISAI MAHASARAKHAM.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สังกัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดย นายคมเขต เพ็ชรรัตน์
นางศิริพันธ์ มิ่งขวัญ
นางสาวอุทัยวรรณ ประสงค์เงิน

ตอนที่ 1 ประเมินความพึงพอใจในงานออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก ทั้งในด้านคุณลักษณะด้านต่าง ๆ
คำชี้แจง: พิจารณาแบบร่างของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้นกกในแต่ละแนวทางแล้วใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างตามระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของท่าน

1.1 ท่านมีความพึงพอใจในผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้นกกแต่ละแนวทางในระดับใด
ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ : แนวทางที่ 1

ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 1				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ภูมิปัญญาของชาวบ้าน					
2. มีเอกลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น					
3. ความสวยงาม และความน่าสนใจ					
4. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา					
5. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ					
6. ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					

ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ : แนวทางที่ 2

ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 2				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ภูมิปัญญาของชาวบ้าน					
2. มีเอกลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น					
3. ความสวยงาม และความน่าสนใจ					
4. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา					
5. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ					
6. ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					

ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ : แนวทางที่ 3

ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 3				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ภูมิปัญญาของชาวบ้าน					
2. มีเอกลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น					
3. ความสวยงาม และความน่าสนใจ					
4. รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา					
5. สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ					
6. ราคามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					

ตอนที่ 2 ประเมินภาพรวมของผลงานออกแบบทั้ง 3 แนวทาง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ในแนวทางใด ที่ท่านคิดว่าจะมีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้น กลุ่มอาชีพบ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม **มากที่สุด** (จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1, 2 และ 3 ลงในช่องว่าง ,ให้หมายเลข 1 = มีความเหมาะสมเป็นลำดับแรก)

[.....] แนวทางที่ 1

[.....] แนวทางที่ 2

[.....] แนวทางที่ 3

2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

แนวทางที่ 1

.....

.....

.....

.....

.....

แนวทางที่ 2

.....

.....

.....

.....

.....

แนวทางที่ 3

.....

.....

.....

.....

.....



แบบสำรวจผลิตภัณฑ์ / และสภาพการจำหน่าย

(ร้านหัตถกรรมเสื่อกกบ้านแพง)

เรื่อง แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกกกลุ่มอาชีพบ้านแพง

ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

DESIGN FOR FURNITURE WOVEN FROM SEDGE PAENG GROUP,
SUB DISTRICT PAENG, AMPHOE KOSUM PHISAI MAHASARAKHAM.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สังกัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดย นายคมเขต

พีชรัตน์

นางศิริพันธ์

มิ่งขวัญ

นางสาวอุทัยวรรณ

ประสงค์เงิน

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์.....

- 1.1 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์
- 1.2 ลักษณะของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (ฉลาก ผลิตภัณฑ์)
- 1.3 รหัสแห่ง
- 1.4 ชื่อสินค้า
- 1.5 ชื่อทางการค้า
- 1.6 ตราสินค้า
- 1.7 ปริมาณและขนาดของสินค้า
- 1.8 ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิตสินค้า
- 1.9 รูปแบบ สี สัน ลวดลาย ภาพประกอบ รูปแบบอักษร สัญลักษณ์ ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์

2. สภาพการจำหน่ายผลิตภัณฑ์.....

- 2.1 ขนาด สัดส่วน และจำนวน ของชั้นวางสินค้า
- 2.2 ตำแหน่งที่จัดวางสินค้า (บนชั้นวาง สำหรับแสดงสินค้า)
- 2.3 ด้านของผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดวาง (หน้า หลัง ข้าง ล่าง บน)
- 2.4 ระเบียบวิธีการจัดวางสินค้า (ตามประเภทสินค้า)



แบบสอบถามเพื่อ ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย
เรื่อง แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง

ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

DESIGN FOR FURNITURE WOVEN FROM SEDGE PAENG GROUP, SUB DISTRICT PAENG,
AMPHOE KOSUM PHISAI MAHASARAKHAM.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สังกัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดย นายคมเขต เพ็ชรรัตน์
นางศิริพันธ์ มิ่งขวัญ
นางสาวอุทัยวรรณ ประสงค์เงิน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน และกรอกข้อความลงในช่องว่าง ตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 ประชากร

ในท้องถิ่น จังหวัดมหาสารคาม นักท่องเที่ยวต่างถิ่น

1.2 เพศ

ชาย หญิง

1.3 อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี 30-40 ปี
 41-50 ปี 51 ปี ขึ้นไป

1.4 อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ
 รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง
 ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ / เดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท
 20,001 - 30,000 บาท 30,001 บาทขึ้นไป

1.6 ระดับการศึกษา


ม.6 (ปวช.) หรือต่ำกว่า อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง
คำชี้แจง : พิจารณารูปแบบของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก กลุ่มอาชีพบ้านแพง ทั้งรูปแบบใหม่
และรูปแบบเดิม

แล้วใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ตามระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของท่าน

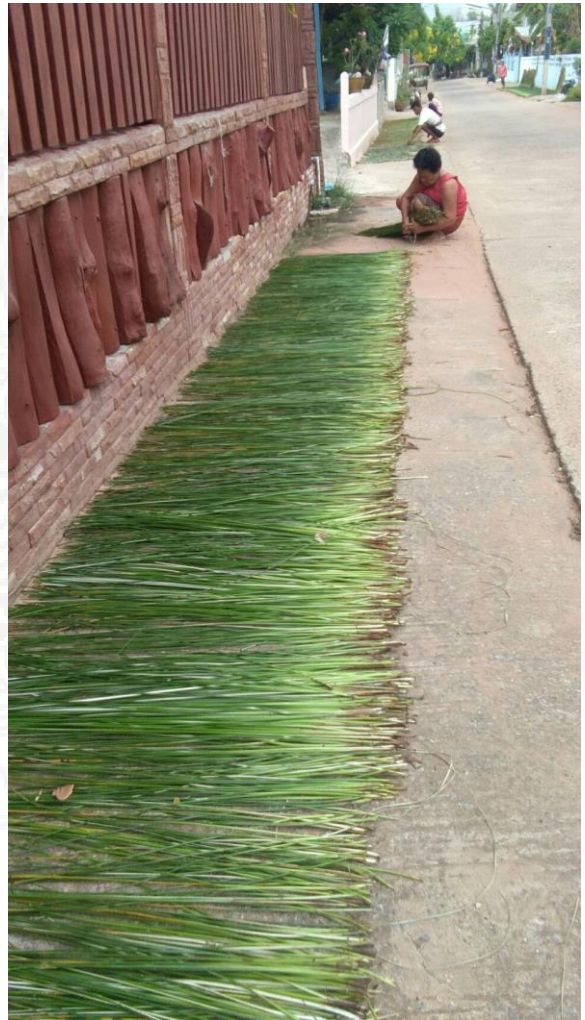
คุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์	ระดับความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์									
	รูปแบบใหม่					รูปแบบเดิม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านคุณลักษณะ										
ลักษณะทั่วไปต้องประณีต										
การประกอบด้วยวัสดุอื่น (ถ้ามี) ต้องประณีต										
สี (ถ้ามี) ต้องไม่เลอะ										
การเคลือบเงา (ถ้ามี) ต้องเรียบ										
การใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์										
ด้านเครื่องหมายและฉลาก										
ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์										
ขนาดหรือมิติ										
เดือน ปีที่ทำ										
ข้อเสนอแนะในการดูแลรักษา										
ชื่อผู้ทำ สถานที่ทำ ที่ตั้ง										

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



ภาคผนวก ข

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เฟอร์นิเจอร์จากต้นกก
กลุ่มอาชีพบ้านแพง



รูปที่ 6.1 บึงต้นกกบ้านแพง ต้นกกที่ตัดแล้วมาฉีกให้เป็นเส้นเล็กโดยใช้มีดที่มีปลายแหลมคม
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 6.2 เส้นกกที่แห้งนำมาข้อมสี ตากแดดให้แห้งและการทอมือ ภาษาอีสานเรียก กางโอง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



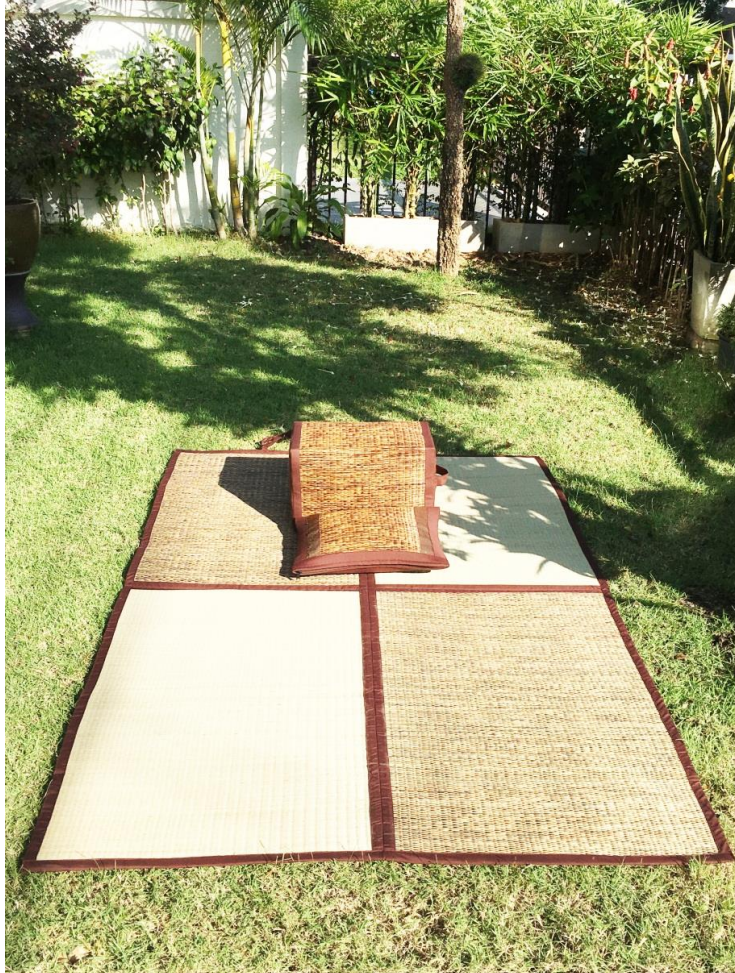
รูปที่ 6.3 เสื้อที่ทอเสร็จนำมาตากแดด
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 6.4 หมู่บ้านหัตถกรรมเสื่อกกบ้านแพง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 6.5 หมู่บ้านหัตถกรรมเสื่อกกบ้านแพง
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 6.6 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 1
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 6.7 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจากสานจากต้นกก แบบที่ 2
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561



รูปที่ 6.8 ผลงานเฟอร์นิเจอร์แปรรูปจักสานจากต้นกก แบบที่ 2
ที่มา: คมเขต เพ็ชรรัตน์ และคณะ. 2561

ภาคผนวก ค

ประวัตินักวิจัย



ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นายคมเขต เพ็ชรรัตน์
(ภาษาอังกฤษ) MR. KHOMKHATE PEDCHARAT

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 2096 002 41 36 1

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ (ข้าราชการ)

ตำแหน่งทางบริหาร -

4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก พร้อมหมาย เลขโทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail

สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เลขที่ 168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ : 0 2282 2383 โทรสาร : 0 2282 8572

e-mail address : khomkhate.p@mutp.ac.th

5. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบันอุดมศึกษา	ปีที่สำเร็จ
กำลังศึกษา ระดับปริญญาเอก	ปร.ด. (สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	-
ปริญญาโท	สถ.ม. (ศิลปอุตสาหกรรม) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2552
ปริญญาโท	กศ.ม. (เทคโนโลยีทางการศึกษา) คณะศึกษาศาสตร์	มหาวิทยาลัยบูรพา	2547
ปริญญาตรี	คอ.บ. (ศิลปอุตสาหกรรม) คณะครุศาสตร อุตสาหกรรม	สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2540

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ การศึกษา

กลุ่มวิชา การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล นางศิริพันธ์ มิ่งขวัญ

Mrs. Siriphan Mingkwan

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3190200035464

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

ตำแหน่งทางวิชาการ : อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก พร้อมหมาย เลขโทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail

สาขาวิชา การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เลขที่ 168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ : 0-2665-3833 มือถือ: 080-4404608 โทรสาร 0-2282-8572

E-mail : nutmingkwan@gmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา คุณวุฒิ/สาขาวิชา สถาบันอุดมศึกษา ปีที่สำเร็จ

ปริญญาตรี คอบ./ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต

สาขาวิชา: ศิลปอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2546

ปริญญาโท คอม./ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา: เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2555

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ การศึกษา

กลุ่มวิชา เทคโนโลยีการศึกษา

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

งานวิจัยที่กำลังทำ :

- ออกแบบของเด็กเล่นเพื่อเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญาของเด็กอายุ 3-4 ปี กรณีศึกษา ศูนย์เด็กเล็กกิตติยาเขตสิรินธรราชวิทยาลัย ในพระราชูปถัมภ์ จังหวัดสมุทรสาคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2560 (หัวหน้าโครงการ)

- ศึกษาผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มศิลปการต่อผ้า ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2559 (หัวหน้าโครงการ)

- ศึกษาเอกลักษณ์ลวดลายเบญจรงค์เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทของที่ระลึกหมู่บ้านเบญจรงค์ ตำบลดอนไถ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2559 (หัวหน้าโครงการ)

- ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานพลาสติก กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ต.ศรีพราน อ.แสวงหา จ.อ่างทอง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2559 (หัวหน้าโครงการ)

- แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาจากประเทศที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2559 (ผู้ร่วมโครงการ)

- การศึกษาและพัฒนารูปแบบกระเป๋าใบลาน เพื่อพัฒนาชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทับลาน จ.ปราจีนบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2558 (หัวหน้าโครงการ)
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่กาแฟ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีพัฒนาสาครบุรี จังหวัดสมุทรสาคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2558 (หัวหน้าโครงการ)



ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวอุทัยวรรณ ประสงค์เงิน
(ภาษาอังกฤษ) Miss Uthaiwan Prasongngoen

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 7202 00092 95 1

3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail

สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เลขที่ 168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวรชัยยบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ 0-2282-2383, 0-22822383 โทรสาร 0-2282-8572

โทรศัพท์เคลื่อนที่ 08 1297 4098

E-mail : p_uthaiwan@yahoo.com

5. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบันอุดมศึกษา	ปีที่สำเร็จ
ปริญญาตรี	วท.บ. สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ฯ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	2546
ปริญญาโท	คอ.ม. สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ฯ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2555

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ การศึกษา

กลุ่มวิชา เทคโนโลยีการศึกษา

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกประเทศ -

7.1 ผลงานวิจัย : 1. ออกแบบชุดวางสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำตาลโตนดสมอพลีอ จังหวัดเพชรบุรี ปีงบประมาณ 2559

2. การศึกษาแนวทางการแปรรูปกากข้าวเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตนํ้ามันข้าวยาคุ ชุมชนบ้านเกาะเกิด ตำบลเกาะเกิด อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปีงบประมาณ 2560