

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จักสาน กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
THE STUDY AND BASKETRY PRODUCT DESIGN, A CASE STUDY ON CHAISATHAN
COMMUNITY, SARAPHI DISTRICT, CHIANG MAI

ธนัญญา ศรีขวัญเจริญ* ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา และธนศ ภิรมย์การ
Thanitta Srikwancharoen*, Songwut Egwutvongsa, and Thanate Piromgarn
E-mail: cheesjunefu@gmail.com*, songwut.ae@kmitl.ac.th, and thanate.pi@kmitl.ac.th

Received: March 2, 2023

Revised: April 20, 2023

Accepted: June 1, 2023

ABSTRACT

Research is to be a guideline for basketry product design in cooperation with Chai Sathan Community, Saraphi District, Chiang Mai Province. The population of 150 tourists and working people from eight villages in Saraphi District, Chiang Mai: Ban Ton Chok Luang, Ban Sri Song Mueang, Ban Sriboonrueang, Ban Nantaram, Ban Yuam, Ban Bodhimongkol, Ban Chiangkang, and Ban Ton Yang Luang. A mixed technology mixed methods were used as the research methodology. This was a quantitative research and qualitative research by using a rating scale questionnaire, validity, reliability, and data analysis by using frequency, percentage, mean and standard deviation, one-way ANOVA F-test, and multiple linear regression. The results revealed that the different personal factors affected the interest in the product. With regard to gender, females comprised 80.0% and males consisted of 20.0%. The highest age group was between 30-39 years that was 40.0%, and the average monthly income of 10,001-15,000 Thai Baht was 76.7%. For the education level, an associate degree was the highest with 56.7%. For occupation, employee was the highest with 43.3%. For status, married was the highest with 43.3%. The composition factors of the product design were the product's satisfaction average was ($\bar{X}$ = 4.73, SD = 0.44). The price's satisfaction average was ($\bar{X}$ = 4.75, SD = 0.41). The marketing promotion's satisfaction average was ($\bar{X}$ = 4.76, SD = 0.42). The channel of distribution's satisfaction average was ($\bar{X}$ = 4.85, SD = 0.29). The analysis result was the highest level. The factors affected the satisfaction of the consumers in basketry product design.

Keywords: Handicraft products, Local art, Chiang Mai province

*Corresponding author E-mail: cheesjunefu@gmail.com

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

Department of Architectural Education and Design, School of Industrial Education and Technology,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok 10520 Thailand

บทคัดย่อ

การค้นคว้าวิจัยในการศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานร่วมกับชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวและบุคคลทำงาน จำนวน 150 คน จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ บ้านต้นโชคหลวง บ้านศรีสองเมือง บ้านศรีบุญเรือง บ้านนันทาราม บ้านยวม บ้านโพธิมงคล บ้านเชียงขาง และบ้านต้นยางหลวง ซึ่งเป็นการค้นคว้าวิจัยแบบ (Mix technology) คือผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณกับเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามประเมินค่า (Rating scale) ที่ผ่านการหาคุณภาพด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความสนใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็น เพศหญิง ร้อยละ 80.0 เพศชายร้อยละ 20.0 อายุ 30-39 ปี ร้อยละ 40.0 รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 76.7 ระดับการศึกษาอนุปริญญา ร้อยละ 56.7 อาชีพรับจ้าง ร้อยละ 43.3 สถานภาพสมรส ร้อยละ 43.3 และยังมีปัจจัยองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.73$, $SD = 0.44$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.75$, $SD = 0.41$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.76$, $SD = 0.42$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.85$, $SD = 0.29$) ผลจากการวิเคราะห์อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จักสาน กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรม, ศิลปะท้องถิ่น, จังหวัดเชียงใหม่

1. บทนำ

แนวคิดก่อนยุคก่อนประวัติศาสตร์ในการออกแบบอาจมุ่งเน้นที่การใช้งาน ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าทางความงามเท่าใดนัก ต่อมาเมื่อสังคมมนุษย์มีความเจริญขึ้นจึงค่อย ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับสุนทรียภาพ (Saenbungkho, 2016, p. 6) ดังจะเห็นได้จากการแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ เครื่องประดับ การตกแต่งที่อยู่อาศัยและสถาปัตยกรรมทั้งหลาย จนเกิดพัฒนาการทางด้านแนวคิดการออกแบบ อันแตกต่างกันไปตามยุคสมัย ประเพณี วัฒนธรรม

ต่อมาปัจจุบันนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ถือเป็นวิชาชีพที่มีความโดดเด่นในยุคปัจจุบันและอนาคต เนื่องด้วยการตอบสนองความต้องการอันไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ จำเป็นต้องอาศัยการตอบสนองผ่านกระบวนการเรียนรู้ในด้านปัจจัยอันหลากหลายที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์อุปโภค และผลิตภัณฑ์บริโภคออกมาตอบสนองมนุษย์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความต้องการบุคลากรในสายวิชาชีพการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวนมากในแต่ละปี จึงถือได้ว่าบุคลากรทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความจำเป็นกับทุกหน่วยงาน อาทิ นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ในช่วงศิลปะ เป็นต้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ทำหน้าที่สร้างสรรค์สินค้าในเชิงอุตสาหกรรมเช่น ของเล่น ของใช้ เครื่องไฟฟ้า ยานยนต์ เครื่องประดับ สิ่งทอ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องนุ่งห่ม ของใช้ในครัวเรือน เครื่องไฟฟ้า ฯลฯ โดยการอาศัยวิธีคิดอย่างเป็นกระบวนการ ด้านความต้องการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการจัดจำหน่าย มุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้บริโภค และสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ผลิต การดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ของนักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นมีหน้าที่คล้ายกับวิศวกรและศิลปินหลอมรวมกัน โดยอาศัยพื้นฐานองค์ความรู้ที่มีระบบระเบียบ มีความชัดเจน คือ มีความเข้าใจความต้องการผู้บริโภค จิตวิทยา ประโยชน์ใช้สอย การผลิต การตลาดและการจัดจำหน่าย เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประสมประสานร่วมกับความสวยงามทางจิตใจ คือ รูปร่าง รูปทรง สี สัน แสงเงาพื้นผิว เกล็ดผิว และกลิ่น เป็นต้น ซึ่งนักออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงอุตสาหกรรมจะทำหน้าที่ประสมประสานความรู้ทั้งสองด้านเข้าด้วยกัน เพื่อการนำเสนอเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พร้อมสำหรับการผลิตเพื่อจำหน่ายในเชิงอุตสาหกรรม (Egwutvongsa, 2019, p. 154)

ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมจักสาน (Pattranont, 2010, p. 6) เป็นงานที่ทำจากฝีมือการช่างซึ่งเริ่มต้นทำกันในบ้าน หมู่บ้าน โดยที่ชาวบ้านใช้เวลาว่างหลังจากอาชีพหลักเป็นการทำงานอดิเรกเพื่อเพิ่มพูนรายได้ เพื่อการดำรงชีวิตให้ดีขึ้นและทำขึ้นเพื่อใช้กันเองในครอบครัว โดยใช้วัสดุที่หาง่ายตามท้องถิ่นนั้น ๆ มีรูปแบบเฉพาะตามลักษณะของวัสดุ สภาพการใช้งาน และความพอใจของผู้ผลิตในแต่ละท้องถิ่นทำให้เกิดรูปแบบเฉพาะของท้องถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นสิ่งที่ประดิษฐ์ได้ขยายมากขึ้นจนกลายเป็นอาชีพสามารถขยายตลาดไปทั่วประเทศหรือเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ

ผู้วิจัยมองถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาคู่กับวิถีชีวิตของคนในชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประเมินและเปรียบเทียบความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในการออกแบบใหม่ ที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาด และจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างสอดคล้องและทันเวลาในช่วงขณะที่มีความต้องการสูงสุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ให้สามารถที่จะดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์แนวคิดที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมอันงดงามของชุมชนได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

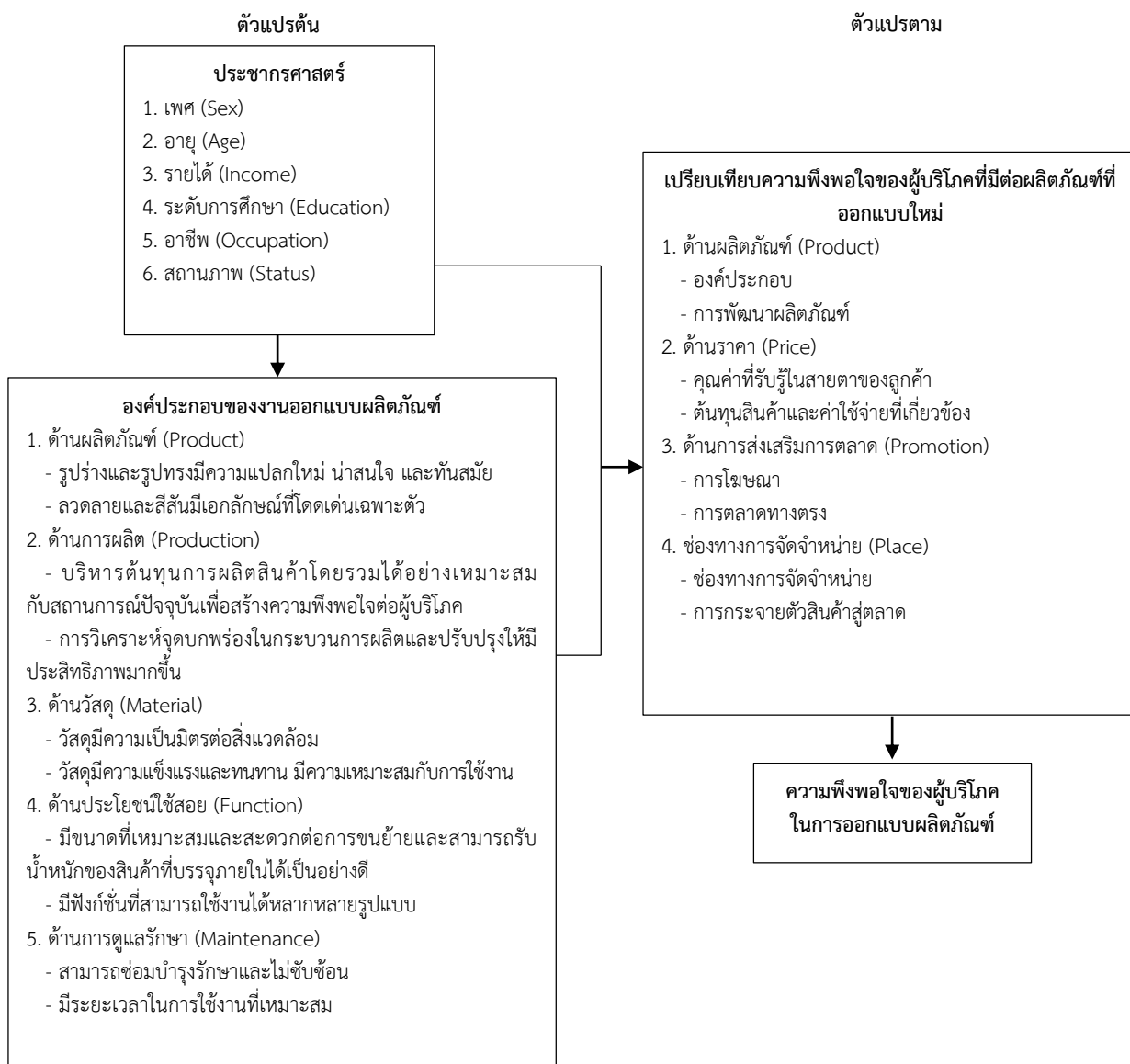
ยุคก่อนประวัติศาสตร์แนวคิดในการออกแบบอาจมุ่งเน้นที่การใช้งาน ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าทางความงามเท่าใดนัก ต่อมาเมื่อสังคมมนุษย์มีความเจริญขึ้นจึงค่อย ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับสุนทรียภาพ ดังจะเห็นได้จากการแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ เครื่องประดับ การตกแต่งที่อยู่อาศัยและสถาปัตยกรรมทั้งหลาย จนเกิดพัฒนาการทางด้านแนวคิดการออกแบบ อันแตกต่างกันไปตามยุคสมัย ประเพณี วัฒนธรรม ต่อมาปัจจุบันนักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product designer) ถือเป็นวิชาชีพที่มีความโดดเด่นในยุคปัจจุบันและอนาคต เนื่องด้วยการตอบสนองความต้องการอันไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ จำเป็นต้องอาศัยการตอบสนองผ่านกระบวนการเรียนรู้ในด้านปัจจัยอันหลากหลายที่เกี่ยวข้อง (Sia, 2017, pp. 9-13) เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์อุปโภค และผลิตภัณฑ์บริโภคออกมาตอบสนองมนุษย์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความต้องการบุคลากรในสายวิชาชีพการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Pattranont, 2010, p. 20) กล่าวว่า การออกแบบ คือกิจกรรมแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งที่ใหม่ ๆ มีทั้งที่ออกแบบสร้างขึ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย งานออกแบบ คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้างและสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนี้ เนื่องจากความต้องการมีมากกว่าปัจจัยการดำรงชีวิตพื้นฐาน 4 ประการ จนเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์พยายามทำการออกแบบ และสร้างสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจที่มีอยู่ไม่สิ้นสุด จากลักษณะงานที่เรียบง่าย ค่อย ๆ เพิ่มความซับซ้อนเกี่ยวพันกันยิ่งขึ้นระหว่างสิ่งของต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และระหว่างสิ่งของกับสภาพครอบครัว โดยมีผลมาจากการดำรงชีวิตและวิทยาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ปัจจัยต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ (Chumkate, 2017, pp. 8-11) ผลิตภัณฑ์จักสานที่ผลิตจากวัสดุจากธรรมชาติ อาทิ เช่น ไม้ไผ่ หวาย ปอ กระจุต ฯลฯ มีผลต่อความพึงพอใจ และสนใจของผู้บริโภคหรือไม่ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหาสำคัญนี้ จึงคิดค้นคว้าเพื่อศึกษาการออกแบบถึงปัจจัยทางการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ร่วมกับชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประเมินและเปรียบเทียบความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในการออกแบบใหม่เพื่อต้องการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาด และจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างสอดคล้องและทันเวลาในช่วงขณะที่มีความต้องการสูงสุด และเพื่อให้สามารถดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์แนวคิดที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมอันงดงามของชุมชนได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (Jetiya et al., 2022, pp. 26-27) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบของการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ จักสาน กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจำนวน 150 คน ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W. G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Kangchanan, 2016, p. 38) โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน เก็บข้อมูลสำรอนจำนวน 60 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวมเป็น 150 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมให้ได้ครบจำนวน 150 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหาองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รูปร่างและรูปทรงมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และทันสมัย ลวดลายและสีสันทันสมัยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว 2) ด้านการผลิต (Production) บริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยรวมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค และการวิเคราะห์จุดบกพร่องในกระบวนการผลิตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 3) ด้านวัสดุ (Material) วัสดุมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความแข็งแรงและทนทาน และเหมาะสมกับการใช้งาน 4) ด้านประโยชน์ใช้สอย (Function) มีขนาดที่เหมาะสมและสะดวก

ต่อการขนย้าย สามารถรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุภายในได้เป็นอย่างดี สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ 5) ด้านการดูแลรักษา (Maintenance) สามารถซ่อมบำรุงรักษาและไม่ซับซ้อน มีระยะเวลาในการใช้งานที่เหมาะสม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามลักษณะคำถามปลายปิด (Closed form questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามลักษณะคำถามปลายเปิด (Closed form questionnaire) เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (ความพึงพอใจของผู้บริโภค) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการผลิต, ด้านวัสดุ, ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านการดูแลรักษา ซึ่งใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เพื่อวัดระดับความคิดเห็น โดยเป็นคำถามแบบ (Likert scale) มี 5 ระดับ

โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาให้สอดคล้องกับเนื้อหาของเครื่องมือที่สร้างขึ้นกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการจะศึกษา และได้ตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหาค่าความเชื่อมั่น Alpha > 0.7

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ หลังจากที่ได้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษา โดยมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามไปยังประชากร จำนวน 150 ชุด โดยให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการทำการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล จากข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ทั้งทางบทความวิชาการ แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและระบบสืบค้นผลงานวิจัยของนักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ติดต่อสอบถามกับหน่วยงาน 3) ลงพื้นที่สำรวจ 4) ติดต่อประสานงาน 5) แจกแบบสอบถาม 6) รวบรวมข้อมูล 7) เข้ากระบวนการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วทำการลงรหัสของข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาได้และทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ คือ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลในด้านของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้แปลความหมายเชิงข้อมูลต่าง ๆ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้คู่กับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (ความพึงพอใจของผู้บริโภค) ขั้นตอน ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการผลิต, ด้านวัสดุ, ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านการดูแลรักษา สถิติที่ใช้ คือค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

2.1 เครื่องมือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

4. ผลการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จักสาน กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่จริง ตามขั้นตอนดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์การลงพื้นที่ วิถีชีวิต การดำรง การรวมกลุ่ม ศักยภาพกลุ่ม กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

4.1.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลการลงพื้นที่ วิถีชีวิต การดำรง การรวมกลุ่ม ศักยภาพกลุ่ม กรณีศึกษาชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 หมู่บ้าน ประกอบด้วย 1) บ้านต้นโชคหลวง 2) บ้านศรีสองเมือง 3) บ้านศรีบุญเรือง 4) บ้านนันทาราม 5) บ้านยม 6) บ้านโพธิมงคล 7) บ้านเชียงขวาง 8) บ้านต้นยางหลวง จากการลงสำรวจภายในพื้นที่แต่ละหมู่บ้านนั้น มีผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาเรื่อยๆ ที่ดั้งเดิมกันมา ยาวนาน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทตะกร้า และภาชนะสำหรับใส่อุปกรณ์ต่าง ๆ มีการประยุกต์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น การนำไม้ไผ่ทำการย้อมสีเคมี และนำวัสดุไม้ข้าวหลามหรือวัสดุที่คล้ายคลึงกันนำมาผสมผสาน เพื่อทดแทนวัสดุไม้ไผ่ที่มีปริมาณที่ลดลงจากเดิม และกำลังในการผลิตนั้นน้อย เนื่องจากเป็นงานฝีมือซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตที่นาน ส่วนการกำจัดเชื้อรา หรือมอดของไม้ไผ่ก็เป็นปัญหาในครั้งนี้นั้นเช่นเดียวกัน ทางชุมชนนั้นประสบปัญหาของทางหน่วยงานผลิตภัณฑ์และสื่อช่องทางที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ออกไป เนื่องด้วยปัญหาของโรคระบาดไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงทำให้มีรายได้ที่ลดลงเป็นปัญหาที่ทางชุมชนศึกษาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มเติม ดังรูปที่ 2-9



รูปที่ 2 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 1 บ้านต้นโชคหลวง ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธนิษฐา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 3 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 2 บ้านศรีสองเมือง ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธนิษฐา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 4 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 3 บ้านศรีบุญเรือง ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธนิษฐา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 5 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 4 บ้านนันทาราม ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธนิษฐา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 6 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 5 บ้านยวม ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 7 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 6 บ้านโพธิ์มงคล ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 8 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 7 บ้านเชียงขวาง ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 9 ผลิตภัณฑ์ หมู่ที่ 8 บ้านต้นยางหลวง ลงสำรวจพื้นที่
ชุมชนไชยสถาน อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลงพื้นที่สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ณ จังหวัดเชียงใหม่

1. ตลาดจรัญใจเชียงใหม่ พบว่า มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทงานสานค่อนข้างน้อย โดยส่วนใหญ่แต่ละร้านจะนำผลิตภัณฑ์ประเภทสานมาประกอบเป็นพรีอในการนำเสนอสินค้าอื่น ๆ เช่น ใส่ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื่อผ้า ของชิ้นเล็กชิ้นน้อย ฯลฯ และได้พบร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทสาน จำนวน 2 ร้านหลัก ได้แก่ ร้านเฮือนหอมพองงานจักสานไม้ไผ่ และร้าน Handicraft by Nattira ผลิตภัณฑ์จากต้นกก จากการสัมภาษณ์ทั้ง 2 ร้านนั้น ด้วยปัญหาของโรคระบาดไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์หน้าร้านลดลง เนื่องจากผู้บริโภคออกมาจับจ่ายเป็นจำนวนน้อย จึงได้หาแนวทางสื่อโซเชียลมีเดียเป็นตัวช่วยในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทาง เฟสบุ๊ค และทางอินสตาแกรม ฯลฯ เป็นตัวขับเคลื่อนต่อไป ดังรูปที่ 10-12



รูปที่ 10 ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมภายในตลาดจรัญใจเชียงใหม่
ลงสำรวจพื้นที่ตลาดจรัญใจ จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 11 ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ร้านเฮือนหอมพองงานจักสานไม้ไผ่
ลงสำรวจพื้นที่ตลาดจรัญใจ จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ



รูปที่ 12 ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมจากต้นกก ร้าน Handmade by Nattira ลงสำรวจพื้นที่ตลาดจริงใจ จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลงพื้นที่สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ถนนคนเดินวัวลายเชียงใหม่ พบว่ามีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทสานค้อยข้างน้อย และเป็นสินค้าที่รับมาจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง บางร้านเป็นแบรนด์ของตนเองและผลิตเอง ปัจจุบันงานสานเริ่มห่างหายไปจึงต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย ดังรูปที่ 13



รูปที่ 13 ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ณ ถนนคนเดินวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่ ลงสำรวจพื้นที่ถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่ (2564)
ถามโดย: นางสาวธัญญา ศรีขวัญเจริญ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย เป็นการวิจัยค้นคว้าแบบ (Mix technology) การวิจัยแบบผสมผสาน โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 150 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติตามกรอบแนวคิดของจัดทำวิจัย โดยนำเสนอผลการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1. เพศ			
1.1 ชาย	30	20.0	2
1.2 หญิง	120	80.0	1
รวม	150	100.0	
2. อายุ			
2.1 น้อยกว่า 20 ปี	15	10.4	4
2.2 20-29 ปี	40	26.7	2
2.3 30-39 ปี	60	40.0	1
2.4 40-49 ปี	20	13.3	3
2.5 50 ปี ขึ้นไป	15	10.0	4
รวม	150	100.0	

ตารางที่ 1 (ต่อ) ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
3. รายได้			
3.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	25	16.7	2
3.2 10,001-15,000 บาท	115	76.7	1
3.3 15,001-20,000 บาท	0	0.0	4
3.4 20,001-25,000 บาท	0	0.0	4
3.5 มากกว่า 25,000 บาท	10	6.7	3
รวม	150	100.0	
4. ระดับการศึกษา			
4.1 ม.6/ปวช.	40	26.7	2
4.2 อนุปริญญา	85	56.7	1
4.3 ปริญญาตรี	15	10.0	3
4.4 มากกว่าปริญญาตรี	0	0.0	5
4.5 อื่น ๆ	10	6.7	4
รวม	150	100.0	
5. อาชีพ			
5.1 นักเรียน/นักศึกษา	20	13.3	3
5.2 ธุรกิจส่วนตัว	60	40.0	2
5.3 รับจ้าง	65	43.3	1
5.4 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	3.3	4
5.5 อื่น ๆ	0	0.0	5
รวม	150	100.0	
6. สถานภาพ			
6.1 โสด	50	33.3	2
6.2 สมรส	65	43.3	1
6.3 หย่าร้าง	35	23.3	3
รวม	150	100.0	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0 และเพศชายร้อยละ 20.0 ตามลำดับ มีอายุช่วง 30-39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 อันดับสาม คือ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 อันดับสี่ คือ ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี และ ช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 อันดับที่สาม คือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7 และรายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท เป็นอันดับที่สี่ ตามลำดับ โดยระดับการศึกษานุปริญญา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) คิดเป็นร้อยละ 26.7 อันดับที่สาม คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.0 อันดับที่สูง คือ ระดับการศึกษาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.7 และระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี เป็นอันดับที่ห้า ตามลำดับ และมีอาชีพรับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 40.0 อันดับที่สาม คือ อาชีพพนักงานและนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.3 อันดับที่สูง คือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.3 และอาชีพอื่น ๆ เป็นอันดับที่ห้า ตามลำดับ ซึ่งพบว่าสถานภาพสมรสมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา คือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับที่สูง คือ สถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 23.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของ ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

ข้อมูลองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 รูปแบบมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และทันสมัย	3.90	0.74	มากที่สุด
1.2 ลวดลายและสีสันทันสมัยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว	3.86	0.76	มากที่สุด
รวม	3.88	0.71	มากที่สุด
2. ด้านผลิต			
2.1 บริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยรวมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค	3.13	0.96	ปานกลาง
2.2 การวิเคราะห์จุดบกพร่องในกระบวนการผลิตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.13	0.96	ปานกลาง
รวม	3.13	0.96	ปานกลาง
3. ด้านวัสดุ			
3.1 วัสดุมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.00	0.68	มาก
3.2 วัสดุมีความแข็งแรงและทนทาน มีความเหมาะสมกับการใช้งาน	4.00	0.73	มาก
รวม	4.00	0.69	มาก
4. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
4.1 มีขนาดที่เหมาะสมสะดวกต่อการขนย้าย และสามารถรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุภายในได้เป็นอย่างดี	4.50	0.50	มากที่สุด
4.2 สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ	4.50	0.50	มากที่สุด
รวม	4.50	0.50	มากที่สุด
5. ด้านการดูแลรักษา			
5.1 สามารถซ่อมบำรุงรักษาและไม่ซับซ้อน	4.73	0.44	มากที่สุด
5.2 มีระยะเวลาการใช้งานที่เหมาะสม	4.73	0.44	มากที่สุด
รวม	4.73	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 0.71$) และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยตามลำดับ พบว่า อันดับแรก คือ รูปแบบมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และทันสมัยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.74$) อันดับที่สอง คือ ลวดลายและสีสันทันสมัยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัวความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 0.76$) ตามลำดับ ด้านการผลิตความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า การบริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยรวมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค และการวิเคราะห์จุดบกพร่องในกระบวนการผลิตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น ($\bar{X} = 3.13$, $SD = 0.96$) ด้านวัสดุความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.69$) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยตามลำดับพบว่า อันดับแรก คือ วัสดุมีความแข็งแรงและทนทาน มีความเหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.73$) อันดับที่สอง คือ วัสดุมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ ด้านประโยชน์ใช้สอยความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า มีขนาดที่เหมาะสมสะดวกต่อการขนย้ายและสามารถรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุภายในได้เป็นอย่างดี และสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.50$) และด้านการดูแลรักษาความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า สามารถซ่อมบำรุงรักษาและไม่ซับซ้อน และมีระยะเวลาการใช้งานที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.73$, $SD = 0.44$)

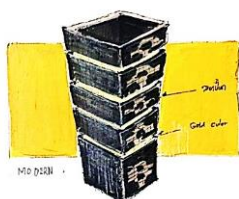
ผลการดำเนินการออกแบบ

1) Sketch design



รูปที่ 14 Sketch design

ผลการวิเคราะห์รูปแบบ Sketch design ทางเจ้าหน้าที่ได้เสนอแนะผลิตภัณฑ์ในการออกแบบประเภท กระเป๋า โคมไฟตั้งพื้น โคมไฟติดผนังกำแพง แจกันตั้งโต๊ะ โต๊ะลิ้นชัก ชุดเก้าอี้ และได้ทำการเลือกแบบตามรูปที่ 14 คือ โต๊ะลิ้นชัก จำนวน 2 แบบ เพื่อนำไปผลิตผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม โดยชุมชนไชยสถาน อำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 หมู่บ้าน ตามความถนัดในด้านรูปแบบการสานของลวดลายแต่ละหมู่บ้านต่อไป



รูปที่ 15 โต๊ะลิ้นชัก



รูปที่ 16 รูปแบบ 3D โต๊ะลิ้นชัก

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับเปรียบเทียบความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่

ตารางที่ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์โต๊ะลิ้นชัก

ต้นแบบ	ผลผลิตชุมชนไชยสถาน			
แบบที่ 1	หมู่ที่ 1 บ้านต้นโชคหลวง	หมู่ที่ 2 บ้านศรีสองเมือง	หมู่ที่ 3 บ้านศรีบุญเรือง	หมู่ที่ 4 บ้านนันทาราม
	หมู่ที่ 5 บ้านยวม	หมู่ที่ 6 บ้านโพธิ์มงคล	หมู่ที่ 7 บ้านเชียงขวาง	หมู่ที่ 8 บ้านต้นยางหลวง
แบบที่ 2	ต้นแบบผลิตภัณฑ์โต๊ะลิ้นชัก 2 ไม่สามารถผลิตได้ เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนไชยสถานมีความยึดติดกับความถนัดการสานในรูปแบบดั้งเดิม ทำให้ไม่มีกำลังใจที่จะพัฒนางานเนื่องจากการผลิตมีขั้นตอนที่ซับซ้อนต้องใช้ทักษะหลายด้าน ทางเจ้าหน้าที่เทศบาลไชยสถานจึงเก็บต้นแบบเพื่อนำไปพัฒนาต่อไป			

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่

ข้อมูลองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 องค์ประกอบ “รูปทรง, ประโยชน์ใช้สอย, การดูแลรักษา”	4.73	0.44	มากที่สุด
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ “ลดทอนและสีส้น การผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และทันสมัย”	4.73	0.44	มากที่สุด
รวม	4.73	0.44	มากที่สุด
2. ด้านราคา			
2.1 คุณค่าที่รับรู้ (สะดวกในสายตา) ของลูกค้า	4.73	0.44	มากที่สุด
2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง	4.76	0.42	มากที่สุด
รวม	4.75	0.41	มากที่สุด
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
3.1 การโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ ฯลฯ	4.76	0.42	มากที่สุด
3.2 การตลาดทางตรง “แนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงและมีหน้าร้านเพื่อทดสอบได้อย่างชัดเจน”	4.76	0.42	มากที่สุด
รวม	4.76	0.42	มากที่สุด
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย “ที่สะดวกและทันเวลาในช่วงขณะที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์”	4.76	0.42	มากที่สุด
4.2 การกระจายตัวสินค้า “สู่ท้องตลาด”	4.93	0.25	มากที่สุด
รวม	4.85	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า องค์ประกอบ “รูปทรง ประโยชน์ใช้สอย การดูแลรักษา” และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “ลดทอนและสีส้น การผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และทันสมัย” ($\bar{X} = 4.73$, $SD = 0.44$) ด้านราคาความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.41$) และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยตามลำดับ พบว่า อันดับแรก คือ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.42$) อันดับที่สอง คือ คุณค่าที่รับรู้ (สะดวกในสายตา) ของลูกค้า ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.44$) ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาดความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการตลาดทางตรง “แนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงและมีหน้าร้านเพื่อทดสอบได้อย่างชัดเจน” ($\bar{X} = 4.76$, $SD = 0.42$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, $SD = 0.29$) และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยตามลำดับพบว่า อันดับแรก คือ การกระจายตัวสินค้า “สู่ท้องตลาด” ($\bar{X} = 4.93$, $SD = 0.25$) อันดับสอง คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย “ที่สะดวกและทันเวลาในช่วงขณะที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์” ($\bar{X} = 4.76$, $SD = 0.42$)

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ชุมชนได้สั่งสมประสบการณ์ โดยการใช้สติปัญญาในการปรับตัว เพื่อการดำรงชีพท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละสังคมและวัฒนธรรม จึงมีการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อันเป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้สอยดำรงชีพ งานจักสานถือเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทยทั้งในด้านของการอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต และด้านคุณค่าทางจิตใจจากความสวยงาม ความประณีตและความเป็นเอกลักษณ์จากท้องถิ่นอันนำไปสู่ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย รวมถึงการสร้างสรรค์และพัฒนางาน เพื่อเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นนั้น (Pattranont, 2010, pp. 6-7) กล่าวว่า การทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นสมัยใหม่ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในด้านประโยชน์ใช้สอยตามสภาพของสังคมแต่ละยุคสมัย อันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสามารถนำออกมาใช้แบบพกพาติดตัวเพื่อใช้สวยงามเป็นแฟชั่นได้ ดังนั้น การสรสร้างงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในปัจจุบันจึงมุ่งเน้น ความสวยงาม ทันสมัยและคล่องตัวในการใช้สอยมากกว่าการนำมาใช้เพื่อดำรงชีวิตประจำวันเหมือนแต่ก่อนดั้งเดิม และการจัดทำกรวิจัยสมัยใหม่เน้นเทคโนโลยีเข้ามาทุกระบวนการ ตั้งแต่การเริ่มต้นของการค้นคว้าหาวัตถุดิบเพื่อนำมาทำผลิตภัณฑ์ ศึกษาความเป็นไปได้และความน่าจะเป็นต้นทุนการผลิต รวมถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่าย ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานด้วยวิธีการสมัยใหม่จึงมีความแตกต่างกับการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในสมัยยุคก่อนซึ่งจะคำนึงเพื่อการใช้สอยในการดำรงในชีวิตประจำวันภายในบ้านเรือนเท่านั้น

ด้านประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80% ด้านอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0% ด้านการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา (ปวส.) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7% ด้านการประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0% ด้านสถานภาพสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3% และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.7% ด้านองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ด้านรูปแบบที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และทันสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.74$) โดยที่การบริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยรวมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค และการวิเคราะห์จุดบกพร่องในกระบวนการผลิตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, $SD = 0.96$) โดยเน้นการเลือกใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงและทนทานมีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.73$) และพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดที่เหมาะสมสะดวกต่อการขนย้ายและสามารถรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุภายในได้เป็นอย่างดี และสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.50$) และให้ความสนใจกับการดูแลรักษา และให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถซ่อมบำรุงรักษาและไม่ซับซ้อน และมีระยะเวลาการใช้งานที่เหมาะสม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, $SD = 0.44$) ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ พบว่า องค์ประกอบ รูปทรง ประโยชน์การใช้สอย การดูแลรักษา การพัฒนาตลาด และการผลิตสินค้าให้มีความแตกต่างและทันสมัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, $SD = 0.44$) โดยต้องมีต้นทุนการผลิตสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.76$, $SD = 0.42$) และให้ความสนใจกับการโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการตลาดทางตรง ด้วยแนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึง และมีหน้าร้านเพื่อทดสอบได้อย่างชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, $SD = 0.42$) โดยเน้นการกระจายตัวสินค้าสู่ท้องตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.93$, $SD = 0.25$) ด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 80% เนื่องจากจำนวนประชากรศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ จาก 8 หมู่บ้าน คือ บ้านต้นโชคหลวง บ้านศรีสองเมือง บ้านศรีบุญเรือง บ้านนันทาราม บ้านยวม บ้านโพธิมงคล บ้านเชียงช้าง และบ้านต้นยางหลวงนั้น มีจำนวนประชากรเพศหญิงมากกว่าจึงทำให้ผลการวิจัยนี้เป็นข้อมูลหลักของฐานข้อมูล โดยมีอายุช่วง 30-39 ปี มีความสนใจกับผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมมากที่สุด เนื่องจากอายุในช่วงวัยนี้มีความพร้อมทางด้านปัจจัยและสามารถตอบสนองสิ่งเล้าและมีพฤติกรรมความต้องการและความสนใจในการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความสนใจกับผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมมากที่สุด โดยมีการศึกษาระดับอนุปริญญามากที่สุด เนื่องจากรายได้หลักของผู้ปกครอง อาชีพ อายุ และภูมิศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ มีผลต่อการเข้ารับการศึกษาต่อจึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับอนุปริญญาและได้ยุติการศึกษาเพื่อออกมาประกอบสัมมาอาชีพและประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุด เนื่องจากภูมิศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ไม่น่าใช่แหล่งอุตสาหกรรมเป็นอาชีพหลัก และประชากรส่วนใหญ่ได้เข้ารับการศึกษาในระดับปานกลาง การศึกษาระดับอนุปริญญาและไม่ได้เข้ารับการศึกษาต่อในระดับปริญญาหรือสูงกว่านั้น จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว เช่น รับจ้าง ค้าขาย และกิจการท่องเที่ยว และมีสถานภาพสมรสมากที่สุด เพราะประชากรของจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 8 ชุมชน มีวัฒนธรรมชุมชนในเรื่องของการมีครอบครัวค่อนข้างไว เนื่องจากถือว่าเป็นบุคคลที่บรรลุนิติภาวะ โดยได้จบการศึกษาระดับอนุปริญญาและได้ประกอบสัมมาอาชีพ จึงมีความพร้อมที่เหมาะสมต่อการสมรสมีครอบครัว ด้านองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า รูปแบบมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ทันสมัย และลวดลายสีเส้นมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว มีความสำคัญในปัจจัยต่อการตัดสินใจมากที่สุด โดยต้องมีการบริหารต้นทุนการผลิตสินค้าโดยรวมได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคและการวิเคราะห์จุดบกพร่องในกระบวนการผลิตและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นมีความสำคัญในปัจจัยต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีการใช้วัสดุมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความแข็งแรงทนทาน มีความเหมาะสมกับการใช้งานมีความสำคัญในปัจจัยต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ซึ่งความต้องการเกี่ยวกับด้านประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์ต้องมีขนาดที่เหมาะสมสะดวกต่อการขนย้าย และสามารถรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุภายในได้เป็นอย่างดี และสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ มีความสำคัญในปัจจัยต่อการตัดสินใจมากที่สุด รวมถึงความพึงพอใจต่อการดูแลรักษา ผลิตภัณฑ์นั้นต้องสามารถซ่อมบำรุงรักษาได้ง่ายไม่ซับซ้อน และมีระยะเวลาการใช้งานที่เหมาะสม มีความสำคัญในปัจจัยต่อการตัดสินใจมากที่สุด

6. ข้อเสนอแนะ

ความชอบและความต้องการบริโภคงานผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมไม่ได้จำกัดเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และการศึกษา แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยเสริม เช่น สมัยนิยมและค่านิยม ซึ่งอาจมีองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ในด้านหน้าที่ การใช้สอย ความปลอดภัย ความทนทาน การประหยัด ความสะดวก ความสวยงาม ราคา ลักษณะเฉพาะ กรรมวิธีการผลิต การซ่อมแซมบำรุงรักษา รวมถึงการขนส่ง เข้ามามีกระบวนการช่วยในการจัดสินค้าซื้อ รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคซึ่งสามารถเกิดสิ่งเร้าเพิ่มขึ้นได้จากช่องทางการตลาด เช่น กลยุทธ์ช่องทางการตลาดออนไลน์ โดยเพิ่มการรับรู้ให้แก่แบรนด์ด้วยการทำแคมเปญโฆษณาซึ่งทำให้ผลเร็วและชัดเจน สามารถเลือกนำเสนอแคมเปญได้อย่างหลากหลาย และยังเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้มากกว่า แพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ YouTube และการทำ Blog ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ยอดนิยมที่หลายธุรกิจเลือกใช้เนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่าย ใช้ได้ผลต่อเนื่องในระยะยาว มีความยืดหยุ่นสามารถนำไปปรับใช้ให้เข้ากับกลยุทธ์ต่าง ๆ ได้ การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายกลุ่มเป้าหมายโดยจำแนกตามลักษณะของภูมิศาสตร์ มีการกระจายให้ครอบคลุม โดยศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรในพื้นที่ของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลด้านศิลปะพื้นบ้านและพูดคุยกับผู้ผลิต เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริง นำไปสู่กระบวนการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และเพื่อสร้างสรรค์ผลงานให้มีคุณภาพในครั้งต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีนั้น เนื่องจากได้รับร่วมมือกับทางเทศบาลตำบลไชยสถานและชุมชนไชยสถาน อำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และได้รับรับรองหลักสูตรจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากสำนักงานมาตรฐานการวิจัยในคน สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- Chumkate, J. (2017). *Product development from local wisdom to increase an efficiency of community- based management with sustainability in Thai-Muslim Village, Amphur Cha Am, Phetchaburi Province*. Silpakorn University.
- Egwutvongsa, S. (2019). *Industrial product design 1*. Mean Service Supply. (in Thai)
- Jetiya, A., Kawewong, N., & Diskulnetivitya, P. (2022). Impact of economic value added and financial ratios towards market value added of listed companies in SET100 index. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 10(1), 24-34.
- Kangchanan, A. (2016). *Public relations of readymade Islamic wedding dress sewn with Thai silk by Asima's* [Master's thesis]. Burapha University. (in Thai)
- attranont, J. (2010). *The development on local basketry handicraft by Participatory action research a case study of kapor leaf basketry in Tung Pho sub-district, Chulabhorn district, Nakhon Si Thammarat province* [Master's thesis]. Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Saenbungkho, N. (2016). *Aesthetic of changing natural phenomenon* [Thesis]. Silpakorn University. (in Thai)
- Sia, K. (2017). *Influence of product packaging design on the decision-making to purchase herbs for health of consumers in Sriphum Sub-District, Chiang Mai Province* [Master's thesis]. Maejo University. (in Thai)