



การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
The Garland Design of Pak Khlong Talat Community Group
in Bangkok

ชลาศัย จินตกานนท์
CHALASAI JINTAKANON

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2567



การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
The Garland Design of Pak Khlong Talat Community Group
in Bangkok

ชลาศัย จินตกานนท์
CHALASAI JINTAKANON

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
ชื่อ นามสกุล ชลาศัย จินตกานนท์
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สุชีรา ผ่องใส

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว



.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)



.....กรรมการ

(ดร.สุชีรา ผ่องใส)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนภาพ ไสตรโยม)

วันที่.....19.....เดือน.....ธันวาคม.....พ.ศ.....2566.....

ชื่อวิทยานิพนธ์	การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
ชื่อ นามสกุล	ชลาศัย จินตกานนท์
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร 2) ออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงสำหรับการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญที่มีความเกี่ยวข้องกับงานดอกไม้ไทยและผู้ประกอบการงานดอกไม้ไทยในชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ท่าน และผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อมาลัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) มาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบแรก มาลัยสำเร็จประกอบด้วยมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชาย และมาลัยขำร่วย ส่วนรูปแบบที่สอง ส่วนประกอบมาลัย ได้แก่ อุบะมาลัย มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย มาลัยแบน ตัวมาลัย ซ่อเอื้อง ทัดหู และดอกไม้ประดิษฐ์ 2) การออกแบบมาลัยประกอบด้วย 3 รูปแบบ ได้แก่ มาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยขำร่วย และ 3) ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว ด้านการใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดมีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ด้านสีสันทัน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย ด้านการใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านสีสันทัน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านความสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม ดึงดูดความสนใจ

มีค่าเฉลี่ย 4.32 ประเภทที่ 3 มาลัยชำระ่วย ด้านการใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งบ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.54 ด้านสีส้น มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านความสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.41

คำสำคัญ: มาลัย, ชุมชนปากคลองตลาด, กรุงเทพมหานคร, การออกแบบ



Thesis Title	The Garland Design of Pak Khlong Talat Community Group in Bangkok
Author	Chalasai Jintakanon
Degree	Master of Home Economics (Home Economics)
Major Program	Home Economics Faculty of Home Economics Technology
Academic Year	2024

ABSTRACT

The purposes of this research aimed to 1) study the garlands of Pak Khlong Talat community group in Bangkok; 2) design the garlands of Pak Khlong Talat community group in Bangkok; and 3) investigate consumer satisfaction towards the garlands of Pak Khlong Talat community group in Bangkok. The researcher determined a purposive sample for interviews with 5 experts who were involved with Thai flower fairs and entrepreneurs of Thai flower fairs, and 150 consumers of garlands in Pak Khlong Talat community group in Bangkok. Research instruments in this study included a questionnaire and a satisfaction assessment form concerning the garlands. Statistics used in data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results found that 1) the garlands of Pak Khlong Talat community group in Bangkok consisted of 2 patterns: the first pattern was ready-made garlands that consisted of Malai Chai Diao, Malai Song Chai, and Malai Chamruai; and the second pattern was garland components that consisted of Uba garlands, crescent garlands or strapping garlands, flatten garlands, main garlands, Chor Ueang (orchid bouquets), Tud-hoo (flower tucked behind the ear), and artificial flowers. 2) The garland designs consisted of 3 patterns, including Malai Chai Diao, Malai Song Chai, and Malai Chamruai. And 3) the consumer satisfaction towards the garlands of Pak Khlong Talat community group in Bangkok, which could be divided into 3 categories as follows. Category 1 as Malai Chai Diao, regarding its functional aspect, had the highest level of satisfaction and was suitable as a souvenir gift with an average of 4.35. The color aspect had the

highest level of satisfaction. The application of patterns could be tailored in accordance with current needs or popularities with an average of 4.22. The beauty aspect had the highest level of satisfaction. The products were beautiful and could be sold with an average of 4.42. Category 2 as Malai Song Chai, regarding its functional aspect, had the highest level of satisfaction and was suitable as a souvenir gift with an average of 4.34. The color aspect had the highest level of satisfaction. The designs showed the uniqueness of being Thai with an average of 4.50. The beauty aspect had the highest level of satisfaction. The products indicated exquisiteness, eye-catching beauty, and attention-grabbingness with an average of 4.32. Category 3 as Malai Chamruai, regarding its functional aspect, had the highest level of satisfaction and was suitable for decorating rooms, buildings, and houses with an average of 4.54. The color aspect had the highest level of satisfaction. The designs were exquisite and beautiful with an average of 4.26. The beauty aspect had the highest level of satisfaction. The products were beautiful and could be sold with an average of 4.41.

Keywords: Garlands, Pak Khlong Talat Community, Bangkok, Design



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูง และความเอาใจใส่จาก ดร.สุชีรา ผ่องใส อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์ ประธานกรรมการสอบ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย กรรมการสอบ ที่อุทิศเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไข เพิ่มเติมตลอดระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัครพล ไวเซียงคำ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักรพันธ์ รูปงาม อาจารย์ขจร อิศราสุชีพ คุณภาควงมิ แก้วดวงดี คุณหนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก คุณมาลินี กอเจริญสมบุรณ์ และ คุณวิทยา เปลี่ยนจันทิก ที่ให้เกียรติเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้องและเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือเสมอมา รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ คำแนะนำ ตลอดจนเป็นกำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ชลาศัย จินตกานนท์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 กรอบแนวความคิด	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนปากคลองตลาด	20
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับดอกไม้และมาลัย	32
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ	61
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	74
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	81
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	82
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	82
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	100
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล	103
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	103
4.2 การอภิปรายผล	138

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	141
5.1 สรุปผล	141
5.2 ข้อเสนอแนะ	144
เอกสารอ้างอิง	146
ภาคผนวก	152
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย	153
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบ มัลย์ของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร	164
ภาคผนวก ค แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC	178
ภาคผนวก ง แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์มัลย์	181
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	187

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	การออกแบบมาลัย 3 ประเภทได้แก่ มาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชาย และ มาลัยชำร่วย	86
3.2	รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 1	90
3.3	รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 2	91
3.4	รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 3	92
3.5	รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 4	94
3.6	รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 5	95
3.7	รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 6	96
3.8	รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 7	97
3.9	รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 8	98
3.10	รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 9	99
4.1	ผลการเลือกแบบร่างแบบมาลัยมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานครจากผู้เชี่ยวชาญ	121
4.2	รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 2	122
4.3	รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 1	126
4.4	รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 2	129
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป	132
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2	133
4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1	135
4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2	137

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิด	5
2.1	ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ในปากคลองตลาด	22
2.2	ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ในปากคลองตลาด	24
2.3	ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ในปากคลองตลาด	26
2.4	อุบลมาลัย	29
2.5	มาลัยแบน	30
2.6	มาลัยกลม	30
2.7	พวงมาลัยข้อพระกรแบบสำเร็จ	30
2.8	พานชั้นหมาก	36
2.9	ระย้าแปลง	38
2.10	พุ่มเครื่องบูชา	39
2.11	พวงมาลัยชายเดี่ยว	43
2.12	พวงมาลัยสองชาย	43
2.13	พวงมาลัยชำร่วย	44
2.14	มาลัยตัวสัตว์	45
2.15	มาลัยซีกหรือเสี้ยว	46
2.16	มาลัยกลม	46
2.17	มาลัยแบน	47
2.18	มาลัยสี่เหลี่ยม	47
2.19	มาลัยสามเหลี่ยม	48
2.20	มาลัยตุ้ม	48
2.21	มาลัยตัวหนอน	49
2.22	มาลัยสามกษัตริย์	50
2.23	มาลัยพวงดอกไม้	50
2.24	มาลัยตัวสัตว์	51
2.25	มาลัยลูกโซ่	52

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
2.26	มาลัยเปีย	52
2.27	มาลัยครุย	53
2.28	ส่วนประกอบมาลัย	54
2.29	มาลัยชายเดี่ยว	60
2.30	มาลัยสองชาย	60
2.31	มาลัยชำร่วย	61
2.32	จิตรกรรมฝาผนังในพระวิหารหลวงวัดโสมนัสราชวรวิหาร	72
3.1	กระบวนการดำเนินงาน	81
3.2	อุบะมาลัย	84
3.3	มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย	84
3.4	มาลัยแบน	85
3.5	ตัวพวงมาลัย	85
3.6	เครื่องประดับมาลัย	86
3.7	มาลัยชายเดี่ยว	89
3.8	ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว	90
3.9	ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว	91
3.10	ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว	92
3.11	มาลัยสองชาย	93
3.12	มาลัยสองชาย	93
3.13	มาลัยสองชาย	94
3.14	มาลัยสองชาย	95
3.15	มาลัยชำร่วย	96
3.16	มาลัยชำร่วย	97
3.17	มาลัยชำร่วย	98
3.18	มาลัยชำร่วย	99
4.1	กลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร	106

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
4.2	ร้านเจ็๋นง	108
4.3	หลอดมัลัย	109
4.4	ร้านพลอยพวงมัลัย	110
4.5	ร้านเจ็๋นนาดดาวเรื่อง	111
4.6	ร้านแย้มมัลัย	111
4.7	ร้านปัญญา	112
4.8	ร้านคุณตุน	113
4.9	ร้านวิลัย	114
4.10	ร้านป่าเดือนมัลัยสด	115
4.11	ร้านป่าหม่ม	116
4.12	ร้านคุณเขียด	117
4.13	ร้านคุณยุพิน	118
4.14	ภาพออกแบบมัลัยชายเดี่ยว	122
4.15	มัลัยสองชาย	125
4.16	มัลัยชำร่วย	129

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สัญลักษณ์การแสดงออกทางความเคารพศรัทธาโดยผ่านพวงมาลัยเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเชื่อและเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงวิวัฒนาการทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ขนบธรรมเนียม ตลอดจนวิถีชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่อดีต การร้อยมาลัยไม่ปรากฏแน่ชัดว่าเริ่มมีมาตั้งแต่สมัยใด แต่จากหลักฐานของพระราชพิธี 12 เดือน ได้กล่าวถึงพระราชพิธีจองเปรียงในสมัยกรุงสุโขทัยที่มีพระร่วงเป็นพระเจ้าแผ่นดิน มีสนมเอก คือ ท้าวศรีจุฬาลักษณ์ (กรมศิลป์ากร, 2531) จะเห็นได้ว่า ศิลปะการประดิษฐ์มาลัยดอกไม้สดแบบไทยเป็นส่วนหนึ่งของเอกลักษณ์ประจำชาติไทย ที่บรรพบุรุษของเราได้ประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ และออกแบบตกแต่งให้สอดคล้องกับความเชื่อ ความศรัทธาในการแสดงออกสู่พิธีกรรมในพระพุทธศาสนา การสืบทอดขนบธรรมเนียม และประเพณี ด้วยดอกไม้ และใบไม้ที่มีคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการประดิษฐ์มาลัยดอกไม้สดแบบไทย เป็นความภาคภูมิใจของคนในชาติ และได้รับการยอมรับจากชาวต่างชาติในรูปแบบศิลปะที่เรียงร้อยด้วยความประณีต งดงาม ละเอียดอ่อน และละเอียดละไม (พัฒนา เจริญสุข, 2550)

งานมาลัยที่ปรากฏอยู่ในชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งที่มีการขายสินค้าที่เป็นดอกไม้ประดิษฐ์ในรูปแบบเดียวกันอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น อุบะมาลัย มาลัยกลม มาลัยชีก มาลัยแบน และดอกข่า เป็นต้น โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการขายให้กับลูกค้าประจำที่มีความต้องการซื้อเพื่อนำไปจำหน่าย ในธุรกิจร้านดอกไม้ของตนเองและนำไปต่อยอดเป็นสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเช่น พวงมาลัยประยุกต์ พวงหรีดประยุกต์ ดอกไม้แจกันไทยประยุกต์ โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าในระดับกลางที่จะนำสินค้าไปต่อยอด เพื่อนำไปขายให้กับลูกค้าระดับสูง เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด (หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก, 2565) ประกอบกับสถานการณ์แนวโน้มธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ยังคงมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากกลุ่มจังหวัดในภาคกลางมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ โดยอัตราการเพิ่มของประชากรในเขตภาคกลางเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากประชากรจากภูมิภาคอื่นอพยพมาพักอาศัยและประกอบอาชีพ (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2561)

ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพขายพวงมาลัยดอกไม้สดเป็นอาชีพหลักกันอย่างแพร่หลายในทุกจังหวัดของเขตภาคกลาง อีกทั้งยังเป็นกลุ่มจังหวัดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเป็นสังคมแห่งการ

เรียนรู้ และเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการคมนาคมเพื่อกระจายสินค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี การกราบไหว้ และบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากมาย จะเห็นได้ว่าการแสดงออกซึ่งความเชื่อความศรัทธาของชาวไทยต่อพุทธศาสนานั้น มีความผูกพันที่สำคัญยิ่งกับชาวไทยมาอย่างยาวนาน จนกระทั่งกลายเป็นวิถีชีวิตหนึ่งของประชาชนนับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ผนวกกับการเข้ามาทางรูปแบบการสื่อสารผ่านพวงมาลัย จึงเป็นส่วนหนึ่งที่เชื่อมโยงและผูกพันกับประเพณี วิถีชีวิต และความเชื่อ ความศรัทธาทางศาสนาสืบต่อไป (พีรติ จิงประกอบ, 2561) อย่างไรก็ตาม รูปแบบมาลัยไทยเป็นงานประดิษฐ์ดอกไม้สดที่มีข้อจำกัดทางเวลา เพราะดอกไม้สดที่เด็ดมาจากต้นแล้วจะมีอายุการใช้งานที่สั้น เนื่องจากปัจจัยในด้านสภาพอากาศจึงไม่สามารถประดิษฐ์มาลัยไว้ล่วงหน้าได้เป็นเวลานาน ๆ จึงจำเป็นระดมช่างฝีมือจำนวนมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับงานที่ออกแบบ เพื่อร่วมกันประดิษฐ์ให้สำเร็จลุล่วงตามรูปแบบที่วางไว้ ซึ่งการประดิษฐ์มาลัยมีขั้นตอนมากมายโดยเริ่มจากการคัดสรรดอกไม้ให้เหมาะสมต่อการใช้งาน นำมาเด็ดก้านและกลีบแล้วร้อยเรียงทีละดอก ทีละกลีบ ทีละใบตามวัตถุประสงค์การสร้างสรรค์ของช่างฝีมือ (สุกัญญา จันทผล, 2556)

การนำสินค้าที่มีอยู่ในปากคลองตลาดนำมาสร้างรูปแบบใหม่มีข้อจำกัดในการเก็บรักษาและมีอายุการใช้งานที่สั้นกว่าการใช้วัสดุอื่น และออกแบบเป็นรูปแบบต่าง ๆ ให้ดูทันสมัย หรือการออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการดึงดูดแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อทำให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น โดยมีกลุ่มแม่ค้าของชุมชนปากคลองตลาดมีส่วนร่วม ในการออกแบบและเสนอความคิดเห็นร่วมกันเพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของผู้ค้าให้ดูมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นการตลาด เพื่อพัฒนาและสร้างศักยภาพใหม่ ๆ นวัตกรรมซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนมากมายและเป็นรากฐานความมั่นคงของประเทศอย่างแท้จริง โดยส่วนใหญ่เข้าใจว่า “นวัตกรรม” ในแง่ของการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นเรื่องไกลเกินฝัน เพราะต้องอาศัยทั้งเงินทุนจำนวนมาก และการวิจัยเพื่อหานวัตกรรมใหม่มีความเสี่ยงจากผลวิจัยที่ได้มาไม่ตอบโจทย์ในเชิงพาณิชย์ ทำให้ต้องสูญเสียเงินก้อนโต แต่ในความเป็นจริงอีกด้านหนึ่ง ผู้ประกอบการสามารถหาตัวช่วยหรือพันธมิตรได้ในขณะที่มีหน่วยงานหลายภาคส่วนคอยรับบทบาทหน้าที่และสามารถก้าวไปกับผู้ประกอบการ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2553)

การเชื่อมโยงความศรัทธาที่ผสมผสานกับการแสดงออกผ่านพวงมาลัยนี้ จึงเป็นเอกลักษณ์เด่นที่สำคัญของไทยที่มีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มาลัยถูกนำไปประยุกต์ใช้หลากหลายวัตถุประสงค์แตกต่างกันไปแต่กลับแฝงเร้นด้วยความเชื่อดั้งเดิม จึงเป็นส่วนสำคัญที่คณะผู้ศึกษาสนใจจะศึกษาพวงมาลัยซึ่งเป็นทั้งเอกลักษณ์แห่งความเชื่อและความศรัทธา ผสมผสานกับวิถีชีวิต ตลอดจนอยู่คู่กับสังคมไทยมาทุกยุคสมัย แต่ก็ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่เชื่อมโยงต่อกัน โดยเพื่อค้นหาความเชื่อมโยง

ทางกายภาพองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับความเชื่อ ความศรัทธา ตลอดจนวิเคราะห์ สังเคราะห์ ให้ได้มาซึ่งแนวทางเพื่อนำไปต่อยอด เป็นการสร้างสรรค์งานออกแบบอื่นต่อไป โดยการออกแบบ มาลัยเพื่อส่งเสริม จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้รับแรงบันดาลใจจากการได้เข้าชมจิตรกรรม ฝาผนัง ณ วัดโสมนัสราชวรวิหาร ทั้งนี้ วัดโสมนัสราชวรวิหาร สร้างขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระ จอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ภายในอุโบสถและพระวิหารมีจิตรกรรมฝาผนังอันงดงามในรูปแบบ สถาปัตยกรรมแบบไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ภายในอุโบสถและพระวิหารมีจิตรกรรมฝาผนัง สอดแทรกปริศนาธรรมและเรื่องราวของสังคมในยุคนั้น ด้วยวิธีการวาดแบบทัศนวิทยา ผลกระทบใกล้เคียง ใกล้เคียงอันเป็นรูปแบบจิตรกรรมไทยแบบใหม่ที่รับอิทธิพลจากตะวันตก ถือเป็นความโดดเด่นของจิตรกรรม แห่งนี้ โดยการนำเอกลักษณ์ของศิลปะมาลัยไทยอันเป็นแรงบันดาลใจนำไปสู่การถอดรหัสตาม กระบวนการประดิษฐ์มาลัยเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ถ่ายทอดสู่บริบทต่าง ๆ ในงานออกแบบภายในให้ บรรลุความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา เสมือนหนึ่งของการเรียงร้อยประโยชน์ใช้สอยกับ ความสุนทรีย์ในงานออกแบบที่สอดคล้องกับคุณค่าของมาลัยไทย (พีรติ จิงประกอบ, 2561)

ดังนั้น การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จึงมุ่งหาคำตอบ เกี่ยวกับรูปแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด เพื่อการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการ ของผู้บริโภค ที่นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยโดยเน้นผู้บริโภคระดับกลาง ผลกระทบ จากงานวิจัยนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนกับผู้ค้าของชุมชนปากคลองตลาด สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ ชุมชนปากคลองตลาดและท้องถิ่น สามารถพึ่งพาตนเองและเชื่อมโยงกับตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อศึกษากระบวนการและขั้นตอน รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ และแสดงความคิดเห็น ที่จะเกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการในการผลิตมาลัย เป็นเอกลักษณ์ ของชาติ มีความหลากหลายและสวยงาม มีคุณค่าและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างความดึงดูดใจ ให้กับผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนปากคลองตลาด เป็นการสร้างกลยุทธ์ ให้กับผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
- 1.2.2 เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและได้ศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่องการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองและทำต้นแบบจากดอกไม้ไทย และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงสำหรับการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญที่มีความเกี่ยวข้องกับงานดอกไม้ไทยในชุมชนปากคลองตลาดกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.3.2.1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) คือผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับดอกไม้ จำนวนประมาณ 5 คน

1.3.2.2 กลุ่มผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาดจำนวน 150 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาดำเนินการ

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการช่วงเดือน ตุลาคม 2565-เมษายน 2566

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

กลุ่มชุมชนปากคลองตลาด (ตลาดยอดพิมาน) เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

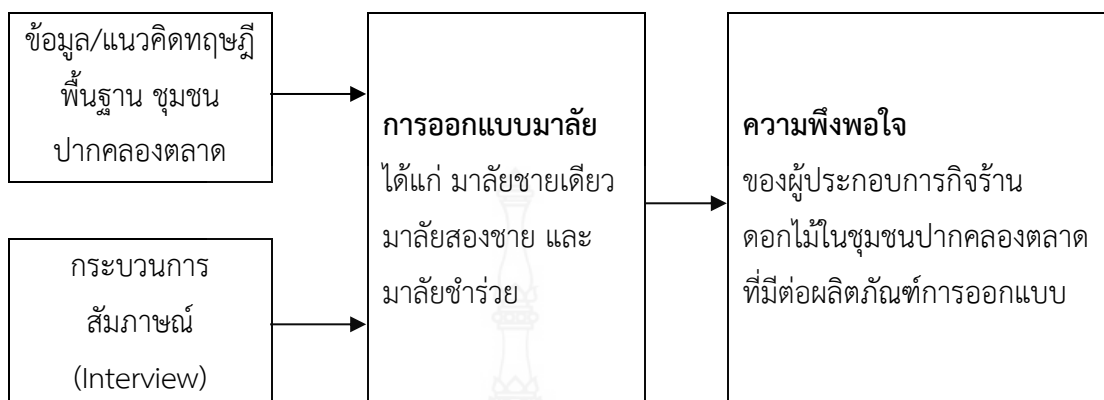
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 มาลัย หมายถึง ดอกไม้ประดิษฐ์ที่ปรากฏอยู่ชุมชนในปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ขายเป็นมาลัยสำเร็จ และกลุ่มที่ขายเป็นส่วนประกอบมาลัย

1.4.2 การออกแบบมาลัย หมายถึง การออกแบบมาลัยโดยมีแรงบันดาลใจจากจิตกรรมฝาผนังวัดโสมนัสวรวิหาร

1.4.3 กลุ่มชุมชนปากคลองตลาด หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจงานมาลัยสำเร็จและธุรกิจงานส่วนประกอบมาลัยตลาดยอดพิมาน (ปากคลองตลอด) เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1.5 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบมาลัยดอกไม้ไทยสู่การยกระดับสินค้าเชิงพาณิชย์โดยมีการมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาดกรุงเทพมหานคร

1.6.2 ศึกษาเกี่ยวกับมาลัย ชายเดี่ยว มาลัยสองชาย มาลัยชำร่วย เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มชุมชนปากคลองตลาดกรุงเทพมหานคร

1.6.3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาและออกแบบงานให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนปากคลองตลาด
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับดอกไม้และมาลัย
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทำงานประดิษฐ์ต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานเป็นอย่างมากการทำงานนั้น ผู้ร่วมต้องมีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกันเพื่อออกแบบหนึ่งผลงานและจัดระบบการทำงานถูกตามลักษณะความสามารถของผู้ร่วมในแต่ละบุคคลได้ถูกต้องอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดทางสินค้าหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ

2.1.1 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า

Davydd J Greenwood (1989) ได้เขียนหนังสือเกี่ยวกับ Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization สรุปได้ว่า ผู้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอาจมีสาเหตุเพราะว่าสถานที่ วัฒนธรรมท้องถิ่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ การรณรงค์เชิญชวนดึงดูดใจ การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าต้องมีการจัดการ ผู้คนในท้องถิ่นต้องแสดงบทบาทในการต้อนรับและบริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

เมือง Alarde เป็นแหล่งนันทนาการของ Fuenterrabia's ได้รับชัยชนะต่อฝรั่งเศสในปี ค.ศ.1638 มีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ป้อมปราการ ที่พักของชาวประมง เครื่องดนตรี เครื่องแบบทหาร อาวุธ และชุดโบราณ ต่อมามีการสร้างศูนย์การค้าลานกว้างในตัวเมือง ขบวนพาเหรดแท้ไปสิ้นสุดที่ร้านขายอาหาร และเครื่องดื่ม ส่งผลให้ผู้คนในท้องถิ่นมีงานทำ เด็ก ๆ มีส่วนร่วมในขบวนพาเหรด มีรายได้จากการตัดเย็บชุดแต่งกาย เมืองดังกล่าวจึงเป็นตัวอย่างของความสามัคคี ชาวนาหรือ

ชาวประมงมีความสง่างามเท่าเทียมกับผู้นำของเมือง กอปรกับมีแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนสามารถเข้าถึงได้ เช่น ชายหาด แข่งเรือ วายน้ำ ถ่ายรูป ทุ่งนา บ้านเก่า และกำแพงเมือง

ปี ค.ศ.1969 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารได้สร้างอนุสาวรีย์ชาร์ลที่ 5 โรงแรม ภัตตาคาร และบาร์ขึ้นในศูนย์การค้าลานกว้างในเมือง ทำให้กลายเป็นแหล่งสาธารณะซึ่งผู้คนอยากเข้าไปสัมผัส ผลตามมาจากนั้น 2 ปี ผู้คนในเมืองขาดความร่วมมือกัน เพราะล้วนต้องการค่าตอบแทนด้วยเงิน ทำให้ไม่มีอาสาสมัครกระทำในสิ่งที่ดีงาม แตกต่างจากช่วงเริ่มแรกที่แสดงออกให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่ดีงาม หลังจากผู้คนภายนอกเข้ามา มาก ๆ หลายสิ่งเปลี่ยนไป ความร่ำรวย ความมั่นคงทำให้คนเห็นแก่ตัว

เควิต แพทท์ (David Patt) (1999) กล่าวถึงกระบวนการทำพุทธศาสนาให้เป็นสินค้าในพื้นที่โลกธุรกิจชาวอเมริกา ว่าการดำรงอยู่ของพุทธศาสนาภายใต้องค์ประกอบใหม่ของการตลาด ต้องทำให้กลายเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง ผู้นำทางศาสนาที่ฉลาดต้องมีความชำนาญด้านการโฆษณา และการตลาดดึงดูดผู้เรียน การตลาดต้องใช้กระบวนการเช่นเดียวกับตลาดการจำหน่ายข้าวโพคั่ว หรือตลาดโปเกมอน การสอนปฏิบัติขั้นสูงทางพุทธศาสนาวิชรยานทำให้ผู้เรียนเข้าถึงได้น้อย วิธีการเปลี่ยนสภาพให้กลายเป็นสินค้าต้องประยุกต์หลักปฏิบัติให้เข้าสู่เป้าหมายสามขั้น อนึ่งการดำรงชีวิตภายใต้ลัทธิการบริโภคนิยม คือ การนำพาตนสู่ความล้มเหลว การบริโภควัตถุไม่ใช่การบรรลุความสุขที่ยั่งยืน แต่การบริโภคพุทธศาสนาเป็นสิ่งที่นำไปสู่การบรรลุ

พวล และ ฮาร์เว (2003) (Paul Clgke and Harvey C.Perkins) ศึกษากระบวนการทำการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในนิวซีแลนด์เป็นสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสินค้าผจญภัยเพิ่มขึ้น จึงต้องผลิตให้ตอบสนองการบริโภคสถานที่ของนักท่องเที่ยว ดังกระบวนการทำการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และธรรมชาติให้เป็นสินค้าในยุคหลังสมัยใหม่ และหลังยุคนักท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยวผลิตแผ่นพับเสนอรูปแบบสินค้าให้ตื่นเต้น และเร้าใจ เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางสู่นิวซีแลนด์ แม้ว่าแผ่นพับมีข้อจำกัดในการสื่อไม่เท่าเทียมกับต้นแบบ อย่างไรก็ตาม สังคมของสินค้าและสังคมของภาพได้สะท้อนนัยสำคัญเกี่ยวกับนิวซีแลนด์อย่างชัดเจนและแปรเปลี่ยนเป็นสัญลักษณ์ของสินค้าการผจญภัย

ยศ สันตสมบัติ และคณะ (2544) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากร มีวัตถุประสงค์ของโครงการ 5 ประการ คือ เพื่อศึกษาถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับระบบการจัดการทรัพยากรดิน น้ำ ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มไทใหญ่ปกากะญอ กะเหรี่ยงแดง จีนฮ่อ มูเซอร์ดำ และมูเซอร์แดง ศึกษาถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิต ระบบเศรษฐกิจและการจัดการทรัพยากรของชุมชน รวมทั้งศึกษาการปรับตัวทางด้านสังคมวัฒนธรรมของชุมชนต่อการท่องเที่ยว ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านอาหารและยาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ โดยเน้นมิติทางสังคมวัฒนธรรมของการใช้พืชผักสมุนไพร เพื่อแสวงหา

แนวทางและกระบวนการเรียนรู้ในการสร้างเสริมความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน เพื่อทำหน้าที่วางแผน และบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนอย่างยั่งยืน รวมทั้งศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และ พัฒนาพืชผักสมุนไพรพื้นบ้านเพื่อการค้า เป็นต้น เพื่อแสวงหาแนวทางในการขยายผลของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศออกไปยังพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนและจังหวัดอื่นในเขตภาคเหนือตอนบน และจัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการจัดการทรัพยากรชีวภาพ ในระดับประเทศต่อไป

แนวทางในการดำเนินโครงการ เป็นงานวิจัยพื้นฐาน (basic research) ผสมกับ งานวิจัยเชิงนโยบายและปฏิบัติการ (policy-cum-action research โดยการสำรวจพื้นที่เพื่อ คัดเลือกหมู่บ้านที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์กำหนด การจัดเวทีร่วมกับชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมใน การกำหนดกรอบและแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่า บริษัท ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตภาคเหนือตอนบนเชื่อมโยงกับปัญหา ความด้อยพัฒนาและความเป็น คนชายขอบของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งถูกกระทำให้กลายเป็น “ผู้ถูกเที่ยว” ปัญหาของการท่องเที่ยว เชิงนิเวศจึงอยู่ที่การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน การเสริมองค์กรชุมชนในการจัดการ ทรัพยากร การฟื้นฟูจิตสำนึกในธรรมชาติแวดล้อมและศักดิ์ศรีทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม อีกทั้งการสร้าง กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้านและระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มี ประสิทธิภาพ มีการกระจายรายได้ผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ลักษณะเช่นนี้ การท่องเที่ยว เชิงนิเวศจึงจะมีศักยภาพสำคัญในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ชุมชนหันมาอนุรักษ์และพัฒนาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การศึกษาของ Yenyurt และTownsend (2003) ศึกษาวัฒนธรรมว่าสามารถอธิบาย ถึงการยอมรับของผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละประเทศได้หรือไม่ ด้วยการวิเคราะห์วัฒนธรรมของ Hofstede เป็นตัวแปรในการศึกษา โดยตั้งสมมุติฐานว่ามีมิติด้านวัฒนธรรม ดังนี้

- 1) ความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ (Power Distance: PDD) มีผลในเชิงลบกับอัตราการ ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
- 2) ความเป็นปัจเจกนิยม/ความเป็นความสัมพันธ์เชิงกลุ่ม (Individualism/ Collectivism: IDV) มีผลในเชิงบวกกับอัตราการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
- 3) การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance: UAI) มีผลในเชิงลบกับ อัตราการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
- 4) ลักษณะความเป็นชาย (Masculinity: MAS) มีผลในเชิงบวกกับอัตราการยอมรับ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Yalcinkaya (2008) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดกับมิติของวัฒนธรรมโดยใช้โครงสร้างวัฒนธรรมของ Hofstede มาเป็นแบบจำลองของการศึกษา พบว่า โครงสร้างวัฒนธรรมของ Hofstede ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ (Power Distance) ความเป็นปัจเจกนิยม/ความเป็นความสัมพันธ์เชิงกลุ่ม (Individualism/ Collectivism) ลักษณะความเป็นชาย/หญิง (Masculine Feminine) การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance) และการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาว/ระยะสั้น (Long-term/Short-term Orientation) มีผลกระทบต่อการแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด (Yalcinkaya, 2008) ผลการศึกษาเป็นดังนี้

- 1) การเลือกรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของวัฒนธรรมความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ (PDD) ที่มีระดับสูงจะช้ากว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมความเหลื่อมล้ำทางอำนาจที่มีระดับต่ำ
- 2) การเลือกรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของวัฒนธรรมที่มีความเป็นปัจเจกนิยม (IDV) จะช้ากว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมที่มีความเป็นความสัมพันธ์เชิงกลุ่ม
- 3) การเลือกรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของวัฒนธรรมที่มีความเป็นหญิงจะช้ากว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมที่มีความเป็นชาย (MAS)
- 4) การเลือกรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (UAI) ที่มีระดับสูงจะช้ากว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนที่มีระดับต่ำ
- 5) การเลือกรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของวัฒนธรรมที่มีการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาว (LTO) จะช้ากว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมที่มีการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะสั้น

การศึกษาของ Lee, Garbarino, and Lerman (2007) ได้นำโครงสร้างวัฒนธรรมของ Hofstede มาศึกษาถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance) มีผลอย่างไรต่อการรับรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะนำเข้าสู่ตลาด (Lee et al., 2007) ได้กำหนดสมมติฐานการศึกษาข้อที่ 1 และ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความไม่แน่นอนของสินค้า (Product Uncertainty) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการตัดสินใจเรื่องคุณภาพของสินค้า (Quality Judgments) และพฤติกรรมความตั้งใจจะซื้อสินค้า (Behavioral Intentions)

สมมติฐานที่ 2 ความไม่แน่นอนของสินค้า (Product Uncertainty) และวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance) จะมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่ไม่มี ความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเรื่องคุณภาพของสินค้า (Quality Judgments) และพฤติกรรมความตั้งใจจะซื้อสินค้า (Behavioral Intentions) เมื่อระดับความไม่แน่นอนของสินค้าต่ำ (Low Product Uncertainty) แต่เมื่อระดับความไม่แน่นอนของสินค้าสูง (High Product Uncertainty) ประชาชนอยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนอยู่ในระดับสูง จะมีความสัมพันธ์

เชิงบวกน้อยกว่าการตัดสินใจเรื่องคุณภาพของสินค้า (Quality Judgments) และพฤติกรรมการตั้งใจจะซื้อสินค้า (Behavioral Intentions) เมื่อเปรียบเทียบกับประชาชนที่อยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนอยู่ในระดับต่ำ

วัฒนธรรมประจำชาติกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้นักการตลาดและผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศมองเห็นถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมมีผลกระทบต่ออัตราการพัฒนาสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดที่แตกต่างชัดเจนยิ่งขึ้น รวมทั้งเมื่อพิจารณาตามโครงสร้างทางวัฒนธรรมของ Hofstede (2010) ในมิติต่าง ๆ สรุปได้ว่า

1) วัฒนธรรมประจำชาติที่มีความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ (Power Distance) ระดับต่ำจะยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็วกว่าวัฒนธรรมประจำชาติที่มีความเหลื่อมล้ำทางอำนาจระดับสูง

2) วัฒนธรรมประจำชาติที่มีความเป็นปัจเจกนิยมระดับต่ำจะยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็วกว่าวัฒนธรรมประจำชาติที่มีความเป็นปัจเจกนิยมระดับสูง

3) วัฒนธรรมประจำชาติที่มีความเป็นชายมากกว่าจะยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็วกว่าวัฒนธรรมประจำชาติที่มีความเป็นชายน้อยกว่า

4) วัฒนธรรมประจำชาติที่มีการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนระดับต่ำจะยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็วกว่าวัฒนธรรมประจำชาติที่มีการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนระดับสูง และวัฒนธรรมประจำชาติที่มีการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาวระดับต่ำจะยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็วกว่าวัฒนธรรมประจำชาติที่มีการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาวระดับสูง (Yalcinkaya, 2008)

การนำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศความสัมพันธ์ระหว่างมิติวัฒนธรรมด้านความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ (PD1) ความเป็นปัจเจกนิยม (IDV) และการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (UAI) มีความสัมพันธ์กับการแพร่กระจายสินค้าใหม่ในตลาดระหว่างประเทศเป็นข้อควรคำนึงถึงสำหรับนักการตลาดที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยเริ่มเป้าหมายแรกที่ประเทศที่มีระดับวัฒนธรรมความเป็นปัจเจกนิยมระดับสูง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้ายังไม่ปรากฏในวงวิชาการไทย แต่ยังคงปรากฏว่ามีผลงานที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า สินค้าที่มีนัยทางวัฒนธรรมเป็นอย่างไร ผู้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยสาเหตุใด ผู้คนในท้องถิ่นแสดงบทบาทต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวอย่างไร ผลกระทบจากการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเป็นอย่างไร ทำให้ผู้วิจัยได้แนวคิดและเกิดมุมมองที่หลากหลายนำไปสู่การประยุกต์ใช้ประโยชน์กับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.1.2 แนวคิดภูมิปัญญา

ภูมิปัญญาเป็นพื้นความรู้ของประชาชนในสังคมที่เป็นที่รับรู้และเข้าใจร่วมกัน ซึ่งมีชื่อเรียกที่แตกต่างกัน อาทิ ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาชุมชน แต่โดยรวมแล้ว ภูมิปัญญาเป็นสิ่งที่สั่งสมมาจากความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ ผสมกับความเฉียบคมในการหยั่งรู้อย่างลุ่มลึกบนฐานของความรู้ เพื่อปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อม ทรัพยากร และองค์ความรู้ ที่มีอยู่ได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทและความเปลี่ยนแปลง ถือว่า “ภูมิปัญญา” เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ความสำคัญยิ่งของมนุษย์ (ชวน เพชรแก้ว, 2547) ที่มีคุณค่าและนำไปสู่การสร้างมูลค่าด้วยการใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานในการพัฒนาสังคม

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540) นิยามคำว่า “ภูมิปัญญา” หมายถึง ความรู้ ความชัดเจน ความคิด ความเชื่อ ความสามารถที่กลุ่มชนได้มาจากประสบการณ์ที่ได้สั่งสมจากการปรับตัวและการดำรงชีพในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมโดยภูมิปัญญานั้นเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือที่ชาวบ้านคิดค้นขึ้นและสืบทอดกันมา เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต เป็นทรัพย์สินทางปัญญาอันล้ำค่าของท้องถิ่นหรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นพื้นฐานความรู้ ความสามารถของบุคคลในท้องถิ่น และความสัมพันธ์กับแบบแผนการดำรงชีวิตที่ผสมกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อม และกระบวนการทางสังคมเสมือนเป็นแกนหลักของการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 (2556) ให้ความหมายคำว่า “ภูมิปัญญา” หมายถึง พื้นฐานความรู้ความสามารถ

เอี่ยม ทองดี (2542) กล่าวว่า ภูมิปัญญามีลักษณะเป็นนามธรรมอย่างน้อยต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่หนึ่ง ความคิด เป็นสิ่งที่คิดตัวมาตั้งแต่กำเนิดที่เรียกว่า Cognitive System ประกอบด้วย ระบบประสาท ระบบสมอง และต่อมต่าง ๆ ทำหน้าที่คิดให้แก่ร่างกาย และนักมานุษยวิทยา เชื่อว่า ทำงานอยู่นอกเหนือจากบงการของร่างกาย หมายถึงทั้งส่วนที่เป็นจินตนาการ และผลของการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากสภาพแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งความคิดดังกล่าวนี้จะเป็นแหล่งสำคัญหรือที่มาของความรู้อันเป็นองค์ประกอบของภูมิปัญญาในลำดับถัดไป

องค์ประกอบที่สอง ความเชื่อ มีการนำมาใช้ในลักษณะต่าง ๆ เช่น องค์ความรู้ ภูมิรู้ ปรากฏอยู่ในแนวคิดทฤษฎีหลายที่ เช่น ทฤษฎีญาณวิทยาว่าด้วยทฤษฎีแห่งความรู้ สืบค้นกำเนิดแห่งความรู้และธรรมชาติของความรู้ หากคำตอบว่าตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ หรือว่าความรู้เป็นเพียงการพิจารณาเทียบเคียงซึ่งไม่ตรงกับข้อเท็จจริง และยังสืบค้นความรู้เรื่องกาล (Time) อวกาศ (Space) เนื้อสาร (Substance) สัมพันธภาพ (Relation) และความเป็นเหตุเป็นผล (Causality) องค์ความรู้

หรือความรู้เป็นสิ่งที่ใช้แสดงหรือยืนยันสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งนักปราชญ์หลายคนได้จัดองค์ความรู้เป็นหมวด ๆ (Category) ความรู้หรือองค์ความรู้เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบภูมิปัญญาที่กล่าวมาข้างต้น

องค์ประกอบที่สาม ความเชื่อ เป็นพื้นฐานสำคัญยิ่งของสังคมมนุษย์ มนุษย์แต่ละกลุ่มนั้นมีความเชื่อแตกต่างกันไป ซึ่งความเชื่อ คือ ความศรัทธาหรือความยึดมั่นถือมั่นที่เป็นสิ่งแกนสำคัญในการดำเนินชีวิต และความมั่นคงของสังคม ความเชื่อมีอยู่หลายระดับทั้งในการดำเนินชีวิตประจำวัน อันเป็นความเชื่อโดยทั่วไป และความเชื่อที่เกี่ยวกับวิญญาณ โลกนี้ โลกหน้า ความดี ความชั่ว นรก สวรรค์ บาป บุญ คุณ โทษ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในภูมิปัญญา

องค์ประกอบที่สี่ ค่านิยม คือ สิ่งที่คนสนใจ คนปรารถนาอยากจะได้ อยากจะมี อยากจะเป็นที่ยกย่องสรรเสริญ หรือเป็นสิ่งที่บังคับต้องทำ ต้องปฏิบัติ มีความรัก และมีความสุขเมื่อได้เห็นหรือได้สิ่งเหล่านั้นมา ค่านิยมจึงเป็นพื้นฐานของการจัดรูปแบบพฤติกรรมที่ปรากฏอยู่ภายใน และแสดงออกเป็นพฤติกรรมในลักษณะต่าง ๆ ทางกาย วาจา และความคิด ค่านิยม เป็นพื้นฐานสำคัญของภูมิปัญญา รวมถึงเป็นบ่อเกิดพฤติกรรมของบุคคลแต่ละสังคม

องค์ประกอบที่ห้า ความเห็น คือ ภาวะที่เกิดขึ้นหลังจากบุคคลหรือชุมชนได้พิจารณา และใคร่ครวญโดยรอบคอบแล้ว จึงลงมติตัดสินใจว่าควรแสดงออกในลักษณะอย่างไร เช่น เห็นด้วย ทำตามยอมรับ ปฏิเสธ ร่วมมือ กระทำหรือดำเนินการ ฯลฯ ด้วยเห็นว่าดี ชั่ว เหมาะสม ไม่เหมาะสม เป็นบาป เป็นบุญ เป็นต้น ซึ่งความเห็นในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นภูมิปัญญาประการหนึ่งที่มีผลสำคัญยิ่งต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาทั้งกาย วาจา และจิตใจ

องค์ประกอบที่หก ความสามารถ หมายถึง ศักยภาพ และประสิทธิภาพที่มีอยู่ภายในบุคคลหรือชุมชน ในการที่จะจัดการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะเดียวกับสิ่งเรียกว่า “พรสวรรค์” ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะทางกายและจิตใจร่วมกัน โดยแต่ละคนหรือแต่ละชุมชนย่อมจะต้องแตกต่างกันไป การที่บางคนสามารถปฐกถาได้ดี ลำดับเนื้อหาและการแสดงออกทุกอย่างเป็นที่น่าชื่นชม ซึ่งถือว่าเป็นผลมาจากความสามารถที่มีอยู่ภายในของบุคคลนั้น ๆ หรือบางชุมชนสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนได้ ก็คือว่า เป็นความสามารถของชุมชนนั้น ๆ ความสามารถจึงเป็นภูมิปัญญาประการหนึ่ง

องค์ประกอบที่เจ็ดความฉลาดไหวพริบ หมายถึง ทักษะที่ปรากฏอยู่ภายในจิตใจ หรือจิตวิญญาณเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้แก้ไข ป้องกัน ควบคุม และคุ้มครองเหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่ให้เกิดเป็นปัญหาขึ้นหรือให้เป็นไปตามที่ตนเองหรือชุมชนต้องการ

จากความหมายของภูมิปัญญาดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า “ภูมิปัญญา” เป็นองค์ความรู้ ความเชื่อ ตลอดจนความสามารถของคนในชุมชนที่ได้จากการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์มาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นทรัพย์สินทางปัญญาอันล้ำค่าของท้องถิ่น หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นพื้นฐาน ความรู้ ความสามารถของบุคคลในท้องถิ่น และความสัมพันธ์กับแบบแผนการดำรงชีวิตที่ผสมกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อม และกระบวนการทางสังคม เสมือนเป็นแกนหลักของการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข

ซึ่งสอดคล้องกับ สามารถ จันทรสุรย์ (2534) ที่ให้คำนิยาม “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านที่กว้างและลึก โดยชาวบ้านสามารถคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตท้องถิ่นได้อย่างสมสมัย

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน ฯ เล่มที่ 23 (ออนไลน์) ได้แบ่งสาขาภูมิปัญญาไทยออกเป็น 10 สาขา ดังนี้

สาขาแรก สาขาเกษตรกรรม คือ ความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะ และเทคนิคด้านการเกษตรกับเทคโนโลยี โดยพัฒนาบนพื้นฐานของคุณค่าดั้งเดิม ซึ่งทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้

สาขาที่สอง สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม คือ การรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแปรรูปผลิตผล เพื่อชะลอการนำเข้าตลาด เพื่อแก้ปัญหาด้านการบริโภคอย่างปลอดภัยประหยัดและเป็นธรรม อันเป็นกระบวนการที่ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

สาขาที่สาม สาขาการแพทย์แผนไทย คือ ความสามารถในการจัดการป้องกันและรักษาสุขภาพของคนในชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัย

สาขาที่สี่ สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ความสามารถเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ พัฒนา และใช้ประโยชน์จากคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

สาขาที่ห้า สาขากองทุนและธุรกิจชุมชน คือ ความสามารถในการบริหารจัดการด้านการสะสมและบริหารกองทุน และธุรกิจชุมชน ทั้งที่เงินตราและโภคทรัพย์ เพื่อส่งเสริมชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชน

สาขาที่หก สาขาสวัสดิการ คือ ความสามารถในการจัดสวัสดิการ เพื่อประกันคุณภาพชีวิตให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

สาขาที่เจ็ด สาขาศิลปกรรม คือ ความสามารถในการผลิตผลงานทางด้านศิลปะสาขาต่าง ๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม วรรณกรรม ทศนศิลป์ ฯลฯ

สาขาที่แปด สาขาการจัดการองค์กร คือ ความสามารถในการบริหารจัดการการดำเนินงานขององค์กรชุมชนต่าง ๆ ให้สามารถพัฒนาและบริหารองค์กรของตนเองได้ตามบทบาทและหน้าที่ขององค์กร อาทิ กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ

สาขาที่เก้า สาขาภาษาและวรรณกรรม คือ ความสามารถในการผลิตผลงานเกี่ยวกับด้านภาษา ทั้งภาษาถิ่น ภาษาโบราณ ภาษาไทย ตลอดทั้งด้านวรรณกรรมทุกประเภท เช่น การจัดทำสารานุกรมภาษาถิ่น วรรณกรรมท้องถิ่น การปริวรรต การฟื้นฟูการเรียนการสอนภาษาถิ่นของท้องถิ่น เป็นต้น

สาขาที่สืบ สาขาศาสนาและประเพณี คือ ความสามารถประยุกต์และปรับใช้หลักธรรม คำสอนทางศาสนา ความเชื่อ และประเพณีดั้งเดิมที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อการประพฤติ การปฏิบัติที่ บังเกิดผลดีต่อบุคคลและสิ่งแวดล้อม

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

กู๊ด (Good, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความ พึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

โฮลิวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือการตอบสนอง ที่แสดงถึงความรู้ปะสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจ มีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน

โวลแมน (Wolman, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

เคลิร์ก (Quirk, 1987) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อ ได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบ ความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกภายใน จิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไรถ้าคาดหวังหรือ มีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจ ผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตน ตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

วฤทธิ สารฤทธิคาม (2548 อ้างถึงใน รัตนศักดิ์ ยี่สารพัฒน์, 2551) ได้ให้ความ หมายความพึงพอใจว่า เป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาใน ลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยแบ่งออกถึงทิศทางของผลการประเมินว่า เป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา

ทฤษฎีความพึงพอใจ

เชลลี่ (Shelly, 1995 อ้างถึงใน ปรากฏ กองแก้ว, 2546) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึก ในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและ ความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุข เป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1970 อ้างถึงใน รังสรรค์ ฤทธิ์ผาด, 2550)

มาสโลว์ (Maslow) ได้เรียงลำดับสิ่งจูงใจ หรือความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับโดยเรียงลำดับขั้นของความต้องการไว้ตามความสำคัญ ดังนี้

- 1) ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ
- 2) ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง
- 3) ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
- 4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง
- 5) ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง

ความพอใจในขั้นต่าง ๆ ของความต้องการของมนุษย์นี้ ความต้องการขั้นสูงกว่า บางครั้งได้ปรากฏออกมาให้เห็นแล้วก่อนที่ความต้องการ ขั้นแรกจะให้เห็นผลเป็นที่พอใจเสียด้วยซ้ำ อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนส่วนมากแสดงให้เห็นว่า ตนมีความพอใจอย่างสูงสุด ในลำดับขั้นความต้องการขั้นต่ำ ๆ มากกว่าขั้นสูงจากการสำรวจ พบว่า คนธรรมดาทั่วไปจะมีความพอใจในลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ความต้องการทางด้านกายภาพ 85%

ความต้องการความปลอดภัย 70%

ความต้องการทางด้านสังคม 50%

ความต้องการเด่นในสังคม 40%

ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในสิ่งที่ตนปรารถนา 10%

พาราสุรามาน เซทเฮมท และแบร์รี (Parasuraman, Zaithamal & Berry, 1994 อ้างถึงใน ภูษิต สายกิมช้วน, 2550) กล่าวว่า หลักการบริการที่ดี ต้องประกอบด้วย

1) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ บริการนั้นจะต้องมีความถูกต้องมีความถูกต้องแม่นยำ และเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ คือบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่ามี ผู้ให้บริการเป็นที่พึ่งได้ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย

2) สมรรถภาพในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถในการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเกสัชกรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับยา ฯลฯ หรือบุคคลอื่น ๆ มีความรู้ความสามารถในสาขาของตนและสามารถนำมาใช้ในการบริการได้อย่างเต็มที่

3) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้มารับบริการให้ทันท่วงที เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

4) ความมีอัธยาศัยไมตรี บุคลากรทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุขภาพ มีการเอาใจใส่และเห็นใจผู้มารับบริการ รวมทั้งต้องมีกิริยามารยาทการแต่งกาย และการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย

5) การเข้าถึงบริการ ผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการบริการ รวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวกการบริการที่เป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องนั่งรอนาน การให้บริการเป็นไปอย่างเสมอภาค

6) ความน่าเชื่อถือ เกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้มีผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้บริการนั้นอาจเกิดจากปัจจัยอื่นเสริมอีก เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาลและบุคลากรต่าง ๆ

7) การสื่อสาร ผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มารับบริการ ฟังทราบและประสงค์จะทราบ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลที่ผู้ป่วยจะได้รับข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายและทางเลือกในการรักษา ฯลฯ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการในด้านอื่น ๆ อีก เช่น ระดับการศึกษา ฯลฯ

8) ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน รวมทั้งชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ เช่นการรักษา ความลับผู้ป่วย

9) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งจะให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและง่ายขึ้น เช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่ หรรษา สะอาด มีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย การบริการมีความเหมาะสม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอื่นที่ช่วยสร้างรูปธรรมของการบริการได้อีก เช่น การใช้รอยยิ้มเป็นสื่อที่แสดงอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

10) ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการควรจะมี ความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการของตนเอง เช่น การที่แพทย์หรือพยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการสามารถจำลูกค้ำของตนเองได้ ฯลฯ

หุลย์ จำปาเทศ (2533) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการให้บรรลุเป้าหมาย สังเกต ได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

แชลลี (Shelly, 1985 อ้างใน กรรณิการ์ จันท์แก้ว, 2538) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความสนึ้นนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึก

ทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่งเมื่อเกิดความต้องการบุคคลจะตั้งเป้าหมายเพื่อให้บรรลุความต้องการ ความพึงพอใจของบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะส่วนบุคคล

ธีรกีติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถ ลูกค้าจะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าที่เป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจจะมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

1) ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง

2) ผู้ให้บริการความพึงพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ความสามารถความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการรวมถึงความเต็มใจในการให้บริการให้บริการของพนักงาน

3) สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น อากาศ แสงแดด แก้วน้ำ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหาร หรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการยิ่งไปกว่านั้น ความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยแถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่ยากใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้นลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติสิ่งๆ ที่ทำได้คือต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพ

สรชัย พิศาลบุตร (2551) ได้กล่าวถึง การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ให้บริการว่าสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1) วัดจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ให้บริการ เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ให้บริการจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ให้บริการโดยตรง ทำได้โดยกำหนดมาตรฐานวัดระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และกำหนดเกณฑ์ชี้วัดระดับความพึงพอใจจากผลการวัดระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2) วัดจากตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการที่กำหนดขึ้น โดยการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ให้บริการจากเกณฑ์ชี้วัดระดับคุณภาพสินค้าหรือบริการที่กำหนดขึ้นนี้อาจใช้เกณฑ์

คุณภาพระดับต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นโดยผู้ให้บริการผู้ประเมินผลการให้บริการและมาตรฐานกลางหรือมาตรฐานสากลของการให้บริการนั้น

ศิริพงศ์ พงษ์พันธ์ุ และ พยัต วุฒิมรงค์ (2547) สรุปประเด็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับความคาดหวัง
- 2) ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับสิ่งเร้า
- 3) ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกหรือทัศนคติกับสิ่งที่ได้รับ
- 4) ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์กับการคาดหวัง

กัลติมา เหลืองอร่าม นิธิวดี เหลืองอ่อน และปัญญา มั่นบำรุง (2545) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการและการจงใจว่า บุคคลส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นสิ่งเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วความพึงพอใจเป็นความรู้สึกต่อการให้บริการ ส่วนการจงใจมาใช้บริการนั้นเป็นผลที่เกิดจากความรู้สึก ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบุคคลในองค์กร เป็นเป้าหมายแต่แรงจูงใจนั้นมีจุดหมายอย่างไรก็ตาม ทั้งสองเรื่องไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนด้วยเหตุผลสองประการ คือ

ประการที่หนึ่ง ความพึงพอใจนั้นเป็นความพึงพอใจที่ตอบสนองสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบ และเรารู้ว่าคนเราพยายามเข้าใกล้สิ่งที่ตนพอใจ และความพยายามหลีกเลี่ยงห่างสิ่งที่ตนไม่พอใจ ซึ่งเป็นผลให้ความพึงพอใจเชื่อมโยงกับพฤติกรรมในการจงใจมาใช้บริการ

ประการที่สอง ทฤษฎีการจงใจทั้งหลายอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานในเรื่องความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า แต่ละคนจะถูกจงใจให้มุ่งหาสิ่งที่ตนพึงพอใจอันก่อให้เกิดผลที่ว่า ทฤษฎีการจงใจนั้นยังต้องพิจารณาในเรื่องความพึงพอใจควบคู่ไปด้วย ความพึงพอใจมีความหมายโดยทั่วไปว่าระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความหมายของความพึงพอใจในการบริการสามารถจำแนกออกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการและกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้น หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับที่รับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและนำเสนอบริการนั้นได้

จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น สรุปว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ ความรู้สึกอารมณ์ ที่มีความสุข ความยินดีทางจิตใจที่เกิดขึ้นเป็นผู้รับบริการ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวเกิด

จากการที่ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นผู้ตอบสนองเองหรือผู้อื่นตอบสนองให้ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นระดับใดขึ้นอยู่กับปริมาณการรับสนองความต้องการที่เกิดขึ้นได้ครบถ้วนเพียงใด เช่น ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าและบริการ

แนวคิดการสร้างความพึงพอใจ

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ให้บริการจะต้องได้รับการอบรมและชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี นิคม เอี่ยมสะอาด (2539) โดยมีแนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ 14 ประการ ดังนี้

1) รักษาความสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า การประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตามมักจะต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการหลังการขายหรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าลูกค้ามีปัญหาใดก็ตามองค์กรหรือผู้บริการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตามหรืออย่างไรก็ตาม องค์กรนั้นจะต้องทำตามการนัดหมายหรือข้อตกลงนั้น ๆ โดยไม่บิดพลิ้วและควรให้บริการอย่างรวดเร็ว อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างมีมิตรภาพด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความอ่อนน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยากหรือสิ้นเปลืองต่าง ๆ การกระทำเช่นนี้ถือว่าเป็นกฎข้อแรกๆ ที่ผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ในการให้บริการลูกค้า

2) ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 นาที การรับโทรศัพท์เข้าถือว่าเป็นการทำลายภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท

3) การตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารที่เกี่ยวกับการขอให้บริการหรือสอบถามบริการหรือข้อแนะนำต่าง ๆ ที่มีต่อบริษัทควรจะได้รับคำตอบทันทีภายใน 2 วัน อาจจะไม่มีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วันนั้น ผู้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะเสร็จเมื่อใด เจ้าของหรือบุคคลอ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นที่แสดงว่าได้ตอบแล้วมิใช่ผู้อื่นตอบ

4) ไม่ควรให้ลูกค้ารอคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้ารอนานเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้าทั้งนี้เพราะลูกค้าจะรู้สึกว่าการบริการนั้นมีราคาแพงทั้งที่ไม่มีตัวเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการอย่างรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจ

5) ผู้ให้บริการทุกคนต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งผู้ให้บริการจะต้องให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิริยามารยาที่ดีกับลูกค้า และต้องแสดงความอ่อนน้อมหวานราบรื่น หู ตลอดจนคำขอบคุณที่ลูกค้าซึ่งพบว่ามีความประทับใจในการติดต่อลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6) เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นรับไปหาลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะมาหาความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องบางประการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของภายในระยะเวลาหนึ่ง หรือการสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนด แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัยต่าง ๆ ในสถานการณ์นี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องรีบติดต่อและแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนที่ลูกค้าจะพบหรือทราบว่าผู้ให้บริการไม่สามารถทำตามที่ลูกค้าคาดหวังได้ การกระทำเช่นนี้จะสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าได้

7) ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหมายถึง ระบบการให้บริการต่าง ๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ เครื่องทำน้ำอุ่น หรือลิฟท์ของโรงแรมจะต้องอยู่ในสภาพที่ทำงานได้ตลอดเวลา มีการตรวจสอบตลอดเวลาหากมีปัญหาต้องได้รับการแก้ไขทันที ถ้าสถานะทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้น อันเนื่องจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบย่อมจะมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กร และยังสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

8) การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว หมายถึง การที่ไม่ควรให้ความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้ารายเดียวกัน เช่น ลูกค้าแจ้งว่ายอดเงินฝากผิดพลาดหรือสะกดชื่อหรือนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ทันที ยังคงมีความผิดพลาดนั้น ๆ เกิดขึ้นเหมือนเดิม

9) พนักงานทุกคนจะต้องเป็นผู้รู้ คือ รู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงานสินค้า

10) พนักงานที่ต้องติดต่อทำงาน หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้สามารถตัดสินใจเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีอิสระจากการตำหนิของผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีการเอาใจใส่ใส่ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจเพียงใด

11) ในสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือบริการพิเศษเล็ก ๆ หลักการข้อนี้สามารถสร้างได้ทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนปากคลองตลาด

2.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนปากคลองตลาด

2.2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของปากคลองตลาด

นิยามและคำจำกัดความของคำว่า “ย่าน” ย่าน เป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์เมืองที่สร้างให้เกิดภาพลักษณ์หรือจินตภาพของเมือง (Image of the city) ตามแนวคิดของเควิน ลินซ์ สถาปนิกชาวอเมริกัน ได้ศึกษาองค์ประกอบของเมืองที่ได้จากการสังเกต ประกอบด้วยเอกลักษณ์ (Identity) โครงสร้าง (Structure) และความหมาย (Meaning) ส่วนประกอบทั้งสามต่างมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด สิ่งต่างๆ ที่ก่อให้เกิดจินตภาพได้ชัดเจน ต้องมีคุณสมบัติด้านเอกลักษณ์และโครงสร้างอย่างชัดเจน ปรากฏเป็นร่องรอยในความทรงจำแก่ผู้พบเห็น ที่มีลักษณะแตกต่างกัน

ออกไปตามลักษณะทางกายภาพเศรษฐกิจ และสังคม รวมถึงผู้คน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเมืองนั้น ๆ โดย Kevin Lynch พบว่า มืองค์ประกอบทางกายภาพของเมืองที่ผู้คนมักใช้ในการสร้างจินตภาพขึ้นในใจระหว่างตนเองและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับเมือง 5 อย่าง ได้แก่ เส้นทาง (Path) เส้นขอบ (Edge) ย่าน (Districts) ชุมทาง (Node) และภูมิ สัญลักษณ์ (Landmarks)

2.2.1.2 ประวัติปากคลองตลาด

ปากคลองตลาด เป็นตลาดสดขนาดใหญ่ บริเวณถนนจักรเพชร ยาวจนไปถึงถนนมหาธาตุ ตั้งโอบล้อมวัดราชบูรณะ โรงเรียนราชินีและ โรงเรียนสวนกุหลาบ ประกอบไปด้วยตลาดใหญ่ถึง 5 แห่งตั้งติด ๆ กัน ปัจจุบันเน้นขายสินค้าเกษตรกรรมที่เน้นการค้าส่งผัก ผลไม้และดอกไม้สด ปากคลองตลาดติดอันดับที่ 4 จากการจัดอันดับ 1 ใน 10 ของตลาดดอกไม้ทั่วโลก และยังเป็นตลาดกล้วยไม้ที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลกอีกด้วย ในสมัยอยุธยาเป็นย่านชุมชน พบหลักฐานเป็นสิ่งปลูกสร้างทั้งวัดและป้อมปราการต่าง ๆ ที่ก่อสร้างขึ้นมาหลายแห่งรอบ ๆ ชุมชน มีคูคลองและแม่น้ำหลายสายเข้ามาบรรจบกัน จนมีลักษณะเป็น ปากคลอง ต่อมาในสมัยธนบุรีเป็นจุดนัดพบของผู้คนที่สัญจรทางน้ำ มีการค้าขายแลกเปลี่ยนสิ่งของ

ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เคยเป็นตลาดปลามาก่อน เป็นตลาดปลาที่ใหญ่ที่สุด มีเรือบรรทุกปลาทะเลมาจากท่าจีน (สมุทรสาคร) บรรทุกเรือแจวมาทางปากคลองบางกอกใหญ่ มาขึ้นที่ปากคลองตลาด ในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ประกาศยกเลิกตลาดปลาแห่งนี้ให้ไปรวมอยู่ที่ตำบลวัวลำพอง (หัวลำโพงในปัจจุบัน) นอกจากนี้ในส่วนของพื้นที่ซึ่งเป็นตลาดปากคลอง ในอดีตเคยเป็นโรงเรียนสอนภาษาจีนกลางมาก่อน หลังจากโรงเรียนได้ถูกรื้อลงจึงมีการสร้างอาคารขึ้น แต่ทว่าก่อนหน้าที่จะมีการสร้างตึกในบริเวณปากคลองตลาดนี้ ภาพของการค้าขายบริเวณปากคลองได้เริ่มต้นขึ้นแล้ว โดยในสมัยเมื่อประมาณ 40 ปีมาแล้ว ปากคลองตลาดเต็มไปด้วยพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าของตนริมน้ำ ประกอบกับ พ่อค้าแม่ค้าจากที่อื่นพายเรือมาชุมนุมกันบริเวณนี้ กลายเป็นตลาดน้ำย่อย ๆ ส่วนมากเป็นเรือที่มาจากสวนแถบบางกรวย นนทบุรี พ่อค้าแม่ค้าที่พายเรือมาชุมนุมค้าขายดังกล่าวนี้จะไม่อาศัยทำปากคลองเป็นที่ทำการซื้อขายถาวร หากแต่เคลื่อนที่ไปมาระหว่าง ปากคลองตลาดกับท่าเตียน กล่าวคือ พ่อค้าแม่ค้าที่พายเรือมาจากสวนต่าง ๆ ทางฝั่งธนบุรี จะอาศัยท่าเตียนบ้าง ทำปากคลองตลาดบ้าง เป็นที่ชุมนุมซื้อขายสินค้า

ในอดีตสมัยที่ผู้คนนิยมเดินทางและค้าขายทางเรือ บริเวณท่าเตียนและท่าปากคลองตลาดดังกล่าว จึงเป็นแหล่งชุมนุมของเรือสินค้า เรือแจว รวมทั้งเรือนแพของประชาชน อาจสันนิษฐานได้ว่า เมื่อประมาณ 40 ปีมาแล้ว ตลาดใหญ่ที่มีพ่อค้าแม่ค้าไปชุมนุมกันมากนั้นจะอยู่ที่ท่าเตียน ส่วนตลาดปากคลองนี้มีพ่อค้าแม่ค้ามาค้าขายในจำนวนไม่มากนัก ตลาดปากคลองจะเริ่มคึกคักขึ้นหลังจากที่มีการรื้อโรงเรียนสอนภาษาจีนกลางเพื่อสร้างตลาด โดยจะมีเรือมาส่งสินค้าที่

ตลาดปากคลองทุกเช้ามีดี รวมทั้งเรือชาวบ้านที่เป็นเรือแจว เรือพาย โดยตลาดปากคลองดั้งเดิมนั้นมีพื้นที่จำกัด อยู่เฉพาะบริเวณท่าเรือปากคลองไม่ได้ขยายพื้นที่ ไปจนถึงสะพานพุทธดังเช่นในปัจจุบัน

ตลาดยังหนาแน่นอยู่ในบริเวณริมน้ำด้านในไม่ได้ขยายมาจนถึงริมถนน โดยปากคลองตลาดในสมัย ก่อนนั้นไม่มีตลาดอยู่บริเวณริมถนนเลย รถยนต์ก็มีจำนวนน้อยแตกต่างจากสมัยปัจจุบัน ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ของปากคลองในสมัยก่อนจะนิยมโดยสารรถรางที่วิ่งผ่านปากคลองตลาด ไปสิ้นสุดที่ หัวลำโพง ด้วยค่าโดยสารเพียงหนึ่งสลึง นอกจากนี้บริเวณปากคลองตลาดตลาดในสมัยเมื่อประมาณ 30 ปีมาแล้วนั้น จะมีแม่ค้าหาบเร่เดินขายขนมถาด ต่อมาก็มีพ่อค้าแม่ค้าที่ขายดอกไม้เริ่มขยับขยายพื้นที่ค้าขายของตนออกมาด้านนอกริมถนนมากขึ้น และก่อนที่ตลาดใหญ่จะย้ายไปอยู่ที่ปากคลองตลาดนั้น ผู้คนจะชอบวางของขายอยู่ตรงริมกำแพงวัดโพธิ์ พอนานเข้ามีคนนำสินค้ามาขายมากขึ้นจนไม่มีที่สำหรับให้รถยนต์วิ่ง ทางกรมในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงบังคับให้ย้ายตลาด ไปที่ปากคลองตลาด เนื่องจากความไม่เป็นระเบียบทำให้เสียทัศนียภาพของพระอารามหลวง พร้อมกับย้ายตลาดสดกรมภูธรเศรษฐ์ ซึ่งเป็นตลาดปากคลองดั้งเดิม พ่อค้าแม่ค้ามักจะเรียกกันว่า “ตลาดเก่า” มารวมไว้ด้วยกัน หลังจากนั้นตลาดปากคลองยิ่งทวีความเจริญ คึกคักมากขึ้นเรื่อย ๆ มีการสร้างตึกเพื่อทำเป็นตลาดใหม่ที่เชิงสะพานพุทธ เรียกว่า “ตลาดยอดพิมาน” และต่อมาจึงมีตลาดที่ฝั่งถนนตรงข้ามเพิ่มขึ้น ทำให้ปากคลองตลาดเป็นตลาดค้าผัก ผลไม้ ไม้ดอกแหล่งใหญ่ของกรุงเทพฯ และรวมตลาดสามตลาดไว้ด้วยกัน คือ ตลาดองค์การตลาด สังกัดกระทรวงมหาดไทย ตลาดยอดพิมาน และตลาดส่งเสริมเกษตรกรไทย รวมทั้งจากการที่เรือสินค้าที่แต่เดิมขึ้นที่ท่าเตียนก็กลับมาขึ้นที่ท่าปากคลองตลาด ทำให้ตลาดปากคลองยิ่งเฟื่องฟูและคึกคัก ซึ่งในปัจจุบันชาวกรุงเทพฯ รู้จักปากคลองในฐานะตลาดดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุด



ภาพที่ 0.1 ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ในปากคลองตลาด

ปากคลองตลาดในปัจจุบันประกอบด้วย อาคารสำนักงาน 4 ชั้น 1 หลัง อาคารที่พักอาศัย 3 ชั้น 1 หลัง อาคารสำนักงานเดิม 2 ชั้น 1 หลัง อาคารตลาด 14 หลัง และมีแผงตลาดหรือสถานที่ให้เช่าประกอบการค้าจำนวน 1,443 แผง โดยมีการจัดเป็นหมวดหมู่ตามประเภทสินค้าซึ่งมีผู้เช่าประกอบการค้า 665 ราย นอกจากนี้ยังมีท่าเรือขนถ่ายสินค้า 3 ท่า รวมทั้งมีถนนและลานจอดรถภายในตลาด มีหน่วยบริการขนส่งสินค้าภายใน (ปฏิบัติงานด้วยรถเข็น) และมีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ (เบญจรัศม์ เมืองไทย, 2538)

2.2.1.3 ปากคลองตลาดและองค์การตลาดในปัจจุบัน

ปัจจุบัน ปากคลองตลาด ประกอบด้วย ตลาดหลัก 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดองค์การตลาดเป็นของรัฐ สังกัดกระทรวงมหาดไทย ตลาดยอดพิมานเป็นของเอกชน ตลาดส่งเสริมเกษตรไทยเป็นของเอกชน ตลาดพุทธยอดฟ้าเป็นของเอกชน มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่สูง 2-4 ชั้น มีการวางสินค้าต่าง ๆ และแผงลอย กันสาด กันอย่างหนาแน่น ไม่นับรวมตลาดใต้สะพานพุทธ ซึ่งขายเสื้อผ้า ของประดับ ของเล่น อื่น ๆ อีกมาก ซึ่งจะขายเฉพาะเวลากลางคืนเท่านั้น หยุดเฉพาะวันจันทร์ ปากคลองตลาดเป็นที่ตั้งขององค์การตลาด ซึ่งที่มาขององค์การนี้ในสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรียังได้พิจารณาเห็นว่า บริเวณพระอารามหลวง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม พระอารามเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนทั่วไปและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจำนวนมาก แต่สภาพแวดล้อมโดยรอบสกปรกไม่เป็นระเบียบ มีสภาพคล้ายแหล่งเสื่อมโทรม

ทั้งนี้เนื่องจากมีพ่อค้าแม่ค้า ปลุกเฟิงพักอาศัยและวางสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคนานาชนิดขายเป็นประจำทุกวัน เกิดปัญหาแก๊วต ประชาชน และทางราชการเป็นอย่างมาก ซึ่งถ้าหากทางราชการจะขับไล่พ่อค้าแม่ค้าและครอบครัวจะเดือดร้อนไม่มีที่ทำมาหาเลี้ยงชีพ รัฐบาลจึงแก้ปัญหาโดยการจัดตั้งองค์การตลาดขึ้นที่บริเวณปากคลองตลาด ซึ่งเป็นทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางน้ำและทางบก เพื่อจัดตั้งตลาดกลางผักและผลไม้ขึ้นรองรับ และเพื่อความสมบูรณ์ได้ย้ายผู้ค้าส่งตลาดผักสดกรมภูธรณ์ (ตลาดเก่าเยาวราช) ให้มารวมกันอยู่บริเวณปากคลองตลาดเป็นแห่งเดียวกัน

องค์การตลาดได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2496 โดย “พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. 2496” สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงมหาดไทย ต่อมารัฐบาลเห็นว่ากรมประชาสัมพันธ์ไม่ได้มีหน้าที่โดยตรงที่จะบริหารงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาดได้ เมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2501 จึงโอนองค์การตลาดสังกัดกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เพราะได้เล็งเห็นว่ากรมการค้าภายในมีหน้าที่เกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์สามารถที่จะควบคุมงานขององค์การตลาดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งได้ ระยะ 4 ปีที่องค์การตลาดสังกัดกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ กิจการ

ไม่เจริญก้าวหน้าตามที่คาดหมายไว้ รัฐบาลโดย จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรี ได้บัญชาให้โอนองค์การตลาดสังกัดกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2505 เป็นต้นมา (สำนักเขตกรุงเทพมหานคร, 2564)

องค์การตลาดเป็นรัฐวิสาหกิจหน่วยงานหนึ่งในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ดำเนินกิจการตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย โดยใช้งบประมาณจากเงินทุนหมุนเวียนขององค์การตลาดและนำเงินส่งเป็นรายได้แผ่นดินในอัตราร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิประจำปีตลอดมา จนถึงปัจจุบัน

2.2.1.4 ปากคลองตลาดกับความสำคัญในอดีต

ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและขยายพื้นที่เพาะปลูก ย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่คู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย และปากคลองตลาดซึ่งอยู่ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีการขุดคลองในทุกรัชกาล เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมืองหรือเพื่อการยุทธศาสตร์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และ รัชกาลที่ 5 ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพื่อให้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวก รวดเร็ว ทว่าถึง รวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วยขณะเดียวกันเมือง หรือชุมชน ก็ขยายตัวตามไป จึงทำให้เกิดตลาดน้ำสำคัญหลายแห่ง ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรกน่าจะ เป็น “ปากคลองตลาด” ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชรและป้อมผีเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็ก ๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไป บ้านเมืองมีความเจริญขึ้น ตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมากจนถึงปัจจุบัน

2.2.1.5 อาชีพของชาวปากคลองตลาด



ภาพที่ 0.2 ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ในปากคลองตลาด

ในปัจจุบันชาวปากคลองตลาดมีอาชีพค้าขายเป็นหลัก โดยสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือ ดอกไม้และผักผลไม้ คนที่เคยค้าขายมายาวนานก็ทำการค้าขายต่อไป ส่วนรุ่นลูกรุ่นหลานหันเหไปประกอบอาชีพในภาครัฐราชการและบริษัทเอกชนบ้าง ทุกวันของปากคลองตลาดนับตั้งแต่เวลากลางวันถึงเวลาตีไม่เคยหยุดนิ่ง มักจะมีพ่อค้าแม่ค้าที่ขายดอกไม้ปลีกร้อยพวงมาลัยขาย หรืออาจจะเปิดร้านดอกไม้รับจัดดอกไม้เป็นช่อ ต่างก็ต้องเดินทางมาซื้อดอกไม้ในราคาส่งจากตลาดปากคลอง ดอกไม้จากแหล่งปลูกทั่วประเทศล้วนถูกส่งมารวมกันที่ปากคลองทั้งสิ้น จึงเป็นเรื่องง่ายที่พ่อค้าแม่ค้าขายดอกไม้จะสามารถเลือกหาดอกไม้สวยและสด เพื่อไปบริการลูกค้าของตนอีกทีหนึ่ง ตลาดปากคลองยังเป็นศูนย์รวมของผักและผลไม้สดจากสวน ผลผลิตของเกษตรกรในประเทศส่วนหนึ่งถูกส่งมาที่ปากคลองตลาด เนื่องมาจากตลาดปากคลองที่ทำเรือขนถ่ายสินค้า ดังนั้น สินค้าจากทั่วประเทศจึงถูกส่งขึ้นที่ตลาดปากคลองนี้ทั้งสิ้น แม้เป็นย่านการค้าที่เกิดหลังย่านท่าเตียนก็ตามนับเป็นการค้าที่ใหญ่และคึกคักเช่นกัน ปากคลองตลาดเป็นตลาดกลางขายส่งผักผลไม้และดอกไม้ เปิดขายของกันตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน เป็นตลาดกลางที่ขายดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดของกรุงเทพฯ ไม่เพียงแต่ท่านจะเห็นชาวสวนนำดอกไม้จากสวนมาขายเท่านั้น ยังได้เห็นช่างฝีมือร้อยมาลัยประดิษฐ์ดอกไม้ตามแบบไทยวางขายกันดาษดื่น ชาวกรุงเทพฯ ที่ต้องการดอกไม้ใช้งาน ตกแต่งบ้าน งานบุญต่าง ๆ งานบวช งานรับปริญญา งานต้อนรับ งานแต่งงาน จนถึงงานศพที่ผู้ประดิษฐ์นั้นทำอย่างขะมักเขม้น ผู้ขายก็หยิบขายอย่างพลวัน เป็นภาพชีวิตที่แสดงออกซึ่งความมีชีวิตชีวาอย่างยิ่ง

2.2.1.6 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนปากคลองตลาด

ในปัจจุบันชาวปากคลองตลาดมีอาชีพค้าขายเป็นหลัก โดยสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือ ดอกไม้และผัก ผลไม้ คนที่เคยค้าขายมายาวนานก็ทำการค้าขายต่อไป ส่วนรุ่นลูกรุ่นหลานหันเหไปประกอบอาชีพในภาครัฐราชการและบริษัทเอกชนบ้าง ทุกวันของปากคลองตลาดนับตั้งแต่เวลากลางวันถึงเวลาตีไม่เคยหยุดนิ่ง มักจะมีพ่อค้าแม่ค้าที่ขายดอกไม้ปลีกร้อยพวงมาลัยขาย หรืออาจจะเปิดร้านดอกไม้รับจัดดอกไม้เป็นช่อ ต่างก็ต้องเดินทางมาซื้อดอกไม้ในราคาส่งจากตลาดปากคลอง ดอกไม้จากแหล่งปลูกทั่วประเทศล้วนถูกส่งมารวมกันที่ปากคลองทั้งสิ้น จึงเป็นเรื่องง่ายที่พ่อค้าแม่ค้าขายดอกไม้จะสามารถเลือกหาดอกไม้สวยและสดเพื่อไปบริการลูกค้าของตนอีกทีหนึ่ง ตลาดปากคลองยังเป็นศูนย์รวมของผักและผลไม้สดที่มาจากสวน ผลผลิตของเกษตรกรในประเทศส่วนหนึ่งถูกส่งมาที่ปากคลองตลาด เนื่องมาจากตลาดปากคลองที่ทำเรือขนถ่ายสินค้า ดังนั้นสินค้าจากทั่วประเทศจึงถูกส่งขึ้นที่ตลาดปากคลองนี้ทั้งสิ้น (ศูนย์ข้อมูลรัตนโกสินทร์, 2563)



ภาพที่ 0.3 ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ในปากคลองตลาด

แม้เป็นย่านการค้าที่เกิดหลังย่านท่าเตียนก็ตามนับเป็นการค้าที่ใหญ่และคึกคักเช่นกัน ปากคลองตลาดเป็นตลาดกลางขายส่งผักผลไม้และดอกไม้ เปิดขายของกันตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน เป็นตลาดกลางที่ขายดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดของกรุงเทพฯ ไม่เพียงแต่ท่านจะเห็นชาวสวนนำดอกไม้จากสวนมาขายเท่านั้น ยังได้เห็นช่างฝีมือร้อยมาลัยประดิษฐ์ดอกไม้ตามแบบไทยวางขายกันดาษดื่น ชาวกรุงเทพฯ ที่ต้องการดอกไม้ใช้งาน ตกแต่งบ้านงานบุญต่าง ๆ งานบวช งานรับปริญญา งานต้อนรับ งานแต่งงาน จนถึงงานศพ สามารถไปซื้อกันได้ ผู้ประดิษฐ์ก็นั่งทำอย่างขะมักเขม้น ผู้ขายก็หยิบขายอย่างพลวัน เป็นภาพชีวิตที่ดูคึกคักน่าสนใจยิ่งนักจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ทำให้อาชีพหลักของชาวปากคลองตลาด คือ การค้าขายดอกไม้ ผักและผลไม้สด ซึ่งถ้าลูกค้าคนใดต้องการผลผลิตสด ๆ ใหม่ ๆ ของเกษตรกรทั่วประเทศ ที่ส่งตรงจากแหล่งผลิตทุกวัน ก็สามารถมาหาซื้อได้ที่ปากคลองตลาดแห่งนี้

ในปี พ.ศ.2559 กรุงเทพมหานครได้ประกาศจัดระเบียบพื้นที่รูกลับบนทางเท้าทางสาธารณะหลายจุดส่งผลให้กลุ่มผู้ค้าบริเวณปากคลองตลาดที่วางขายบนทางเท้าได้รับผลกระทบให้ไม่สามารถวางขายได้ต่อไปอีก เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2559 เป็นต้นไป โดยกรุงเทพมหานครได้จัดพื้นที่รองรับไว้บริเวณตลาดใกล้เคียง เช่น ตลาดยอดพิมาน

“ยอดพิมาน ริเวอร์วอล์ก” อาคารที่มีระเบียบทางเดินริมน้ำที่ยาวที่สุดบนเกาะกรุงรัตนโกสินทร์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ไทย เฮอริเทจ มอลล์” ซึ่งด้านนอกอาคารถูกพัฒนาปรับปรุงขึ้นตามสถาปัตยกรรมสไตล์นีโอ คลาสสิก โคลเนียล ได้รับอิทธิพลจากสถาปัตยกรรมต่างประเทศในช่วงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อให้กลมกลืนไปกับทัศนียภาพโดยรอบบริเวณเกาะกรุงฯ

ส่วนภายในอาคารถูกตกแต่งพื้นที่จากเรื่องราวประวัติศาสตร์ของพื้นที่โครงการโดยแต่ละอาคาร จัดให้มีสินค้าและบริการมากมาย อาทิ ร้านอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำของไทยและอินเตอร์แบรนด์ เพื่อเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาใช้บริการ

เสริมทัพด้วยผลิตภัณฑ์สปา สินค้าโอท็อป รวบรวมคัดสรรมากกว่า 40 ร้านค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่แตกต่างกันไป

“ยอดพิมาน ริเวอร์วอล์ค” แล้วกลุ่มบริษัท ตลาดยอดพิมาน จำกัด ยังประกอบไปด้วยปากคลองตลาด และตลาดยอดพิมาน ซึ่งมีเนื้อที่รวมมากกว่า 15 ไร่ เป็นศูนย์กลางค้าส่ง ค้าปลีกผัก ผลไม้ และดอกไม้ หรือที่รู้จักกันดีว่า “ปากคลองตลาด” ซึ่งเป็นตลาดค้าปลีกค้าส่งดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นตลาดดอกไม้ที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก ซึ่งทางโครงการฯ มีแผนที่จะพัฒนาจัดการพื้นที่แห่งนี้ เพื่อยกระดับตลาดดอกไม้ยักษ์ใหญ่ของไทย ให้รู้จักกันเป็นอย่างดีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (เบญจรัตน์ เมืองไทย, 2538)

ปากคลองตลาดเป็นตลาดขายส่งดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศและติดอันดับที่ 4 จากการจัดอันดับ 1 ใน 10 ของตลาดดอกไม้ทั่วโลก (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) จากการสัมภาษณ์จากสถานการณ์โควิด-19 กลายเป็นมรสุมครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้น ครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่ปากคลองตลาดต้องปิดตัวลง ตั้งแต่เปิดตลาดมาไม่ว่าจะวิกฤตครั้งไหนก็ตาม ปากคลองตลาดก็ยังสู้ผ่านกันได้ด้วยดี แต่ครั้งนี้กลับไม่เหมือนกับทุกครั้งที่ผ่านมา แม้ตอนนี้จะกลับมาเปิดเป็นปกติแล้วก็ตาม ถ้าไม่รวมวิกฤตจากโควิด-19 ชาวปากคลองตลาดเขาปรับตัวกันมาเยอะพอสมควร น้ำท่วม ชุมชนก็ผ่านกันมา ประมาณปี 2559 เป็นช่วงที่เริ่มจัดระเบียบพื้นที่ คือ ย้ายจากขายของริมถนนย้ายเข้ามาอยู่ในตลาดอย่างถูกต้อง ปากคลองตลาดเปิดทำการมากกว่าสี่สิบปี ไม่เคยปิดร้านเป็นเวลานานมาก่อน เรียกว่า สาหัสที่สุดของคนในชุมชนปากคลองตลาด แต่ก็ต้องยอมเพื่อที่จะเคลียร์พื้นที่ทำตามกฎให้ทุกอย่างเรียบร้อยจะได้กลับมาเปิดได้อีกครั้ง บางคนอาจจะยังไม่รู้ว่าปากคลองตลาดมีเว็บไซต์ออนไลน์ด้วย ซึ่งตอนแรกก็เริ่มทำมันยังไม่สมบูรณ์หรอก เรียกว่า เป็นน้องใหม่ในวงการ

แต่พอดีกับช่วงนั้นทางคณะสถาปัตย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ทุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) ก็เลยเกิดเป็นโปรเจกต์ย่านวัฒนธรรมเกาะรัตนโกสินทร์ขึ้นมา ซึ่งอาจารย์ก็มีส่วนร่วมในโปรเจกต์นี้ด้วย

ซึ่งต่อ ยอดมาจากโปรเจกต์ Flower Lab ที่เด็ก ๆ คิดกันขึ้นมา เพื่อเป็นหน้าร้านออนไลน์ให้กับพี่ ๆ พ่อค้า แม่ค้า แล้วก็ก็เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลดอกไม้และร้านค้าของชาวปากคลองตลาดแรก ๆ ก็ยังเงียบอยู่ก็เข้าใจได้ว่าดอกไม้มันไม่ใช่ปัจจัยหลัก มันเป็นส่วนเสริมอย่างหนึ่งเลย แต่พอนานไปคนก็เริ่มหันมาสนใจสินค้าออนไลน์มากขึ้นนะ พ่อค้าแม่ค้าเขาก็เริ่มตื่นตัวกัน ถ่ายภาพสวยขึ้น ทำข้อมูลไว้เป็นชุด ๆ เพื่อลูกค้าถาม มีลายน้ำที่เป็นโลโก้ร้านค้าอยู่ในภาพด้วยซึ่งอันนี้อาจารย์เซอร์ไพรส์มาก แคมตอบไลน์ไว้มากต่างจากเมื่อก่อนที่รอสามชั่วโมง จนลูกค้าทักมาในเพจมนุษย์ปากคลองฯ ว่าทำไมแม่ค้าไม่ตอบไลน์กันเลย แต่ตอนนี้ไม่ใช่แบบนั้นแล้วทุกคนพร้อมมาก แม้วันนี้ปากคลองตลาดจะกลับมาเปิดได้เหมือนเดิมแล้ว แต่เราเชื่อว่าช่องทางการขายออนไลน์สำหรับพ่อค้าแม่ค้าก็ยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยเพิ่มรายได้ (สุพิชชา โทวีวิชัย, 6 กรกฎาคม 2565)

มิถุนายน 2564 ฟ้าเปิดมาได้ 10 ปีแล้ว ปีนี้ปีที่ 11 ก็สะสมลูกค้ามาเรื่อย ๆ แต่ก่อนฟ้ารับจ้างเขาร้อยเข็มละ 5 บาท ปี 2554 แถวบ้านน้ำท่วมทำให้ดอกพุดตายหมด บังเอิญฟ้าไปปลูกดอกพุดไว้ที่นครปฐม เลยทำให้มีดอกไม้มาขายตลาดตอนน้ำท่วม ก็เริ่มมานั่งขายริมฟุตบาทตั้งแต่นั้นมา จนมีการยกเลิกแผงค้า ก็เลยเริ่มประกอบงานสำเร็จ ลูกค้าก็บอกกันปากต่อปาก ในช่วงโควิดก็พอมีงานแต่ไม่เยอะเหมือนตอนปกติ จากที่เค้าใช้เยอะก็ต้องลดปริมาณลงมา ต้องทำตามนโยบายของภาครัฐ งดจัดงาน แต่ก็ยังพอมีงานแทบทุกวันแต่มันก็ไม่พึกเท่าตอนไม่มีโรคอะไรแบบนี้ ตอนที่ไม่มีโรค มีทั้งงานแต่งงาน งานบวช ไหว้พระ พอมีโรคก็พอมีลูกค้ามาซื้อบ้างประปราย ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาจร สมัยก่อนจะขายยาก ลูกค้าเขามักจะซื้อเจ้าที่เคยซื้อประจำที่เคยซื้อ หากเจ้าประจำไม่มีของเขาถึงมาซื้อร้าน ราคาของสินค้าเราก็ไม่ได้ขายแพงมาก ขายในราคาที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ และทำตามรูปแบบที่ลูกค้าส่งมาให้ เราพยายามทำให้ตรงตามแบบ มาลัยธรรมดาก็มาลัยประยุกต์ ราคาจะต่างกันมาก มาลัยประยุกต์จะต้องใช้ฝีมือ ลูกค้ามักนิยมสีธรรมชาติ หรือแล้วแต่ที่ลูกค้าต้องการ ราคาของดอกไม้ย่อมสีจะขึ้นอยู่กับราคากล้วยไม้หน้าตลาด หากมีสีที่ไม่มีตามธรรมชาติ ฟ้าจะทำสีเอง ย้อมสีเอง เริ่มมีสีพ่น พ่นสเปรย์จะได้สีออกมาเป็นพาสเทล ถ้าใช้การดูสีก็จะไม่เป็นพาสเทล จึงนิยมใช้การพ่น ตามความต้องการของลูกค้า (หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก, 17 กรกฎาคม 2565)

การใช้สีอย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการออกแบบการจัดดอกไม้ให้มีผลต่อผลงานมาก บางสีเป็นสีที่จำกัด สีฟ้าสีน้ำเงินไม่ค่อยมี หรือสีแดงสด ในบางฤดูกาลจะมีน้อยหรือขาดตลาดสีมีผลมากต่อผลงาน เพราะสีบอกความหมาย ความรู้สึก อย่างวันแม่จะใช้สีฟ้าเป็นสัญลักษณ์ทำให้ความต้องการในขณะมีมากจะทำให้ดอกไม้ หรือมาลัยที่มีสีฟ้าขาดตลาดได้ อาจารย์ก็รู้จักสีไทยโทนบ้าง แต่ในการใช้งานจะไม่ค่อยได้ใช้ (จักรพันธ์ รูปงาม, 6 กรกฎาคม 2565)

สีเป็นสัญลักษณ์ของโอกาสต่าง ๆ เช่น วันแม่ สัญลักษณ์ คือ สีฟ้า วันสำคัญของรัชกาลที่ 9 และรัชกาลที่ 10 สัญลักษณ์ คือ สีเหลือง ซึ่งเมื่อถึงโอกาสสำคัญ ดอกไม้ไม่มีสีที่บ่งบอกความหมายได้ หรือเป็นสีที่แสดงสัญลักษณ์ของเทศกาลนั้น ๆ มักจะขาดตลาดมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดและมีราคาสูง จึงใช้การย้อมสีดอกไม้เพื่อเพิ่มปริมาณให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า การย้อมด้วยเทคนิคต่าง ๆ เป็นวิธีที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ได้สีตรงตามความต้องการ และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน (ฤชณา ชูโชนาค, 6 กรกฎาคม 2565)

การย้อมสีดอกไม้ที่ยอมรับในปัจจุบัน มี 3 วิธีที่เป็นที่ยอมรับ ได้แก่ (1) การจุ่ม คือ นำดอกไม้ลงไปชุบสีที่ผสมน้ำ (2) การดูสี คือ การใช้ก้านของดอกไม้เป็นตัวลำเลียงน้ำสีขึ้นไปยังตัวดอกไม้เพื่อให้ได้สีตามที่ต้องการ (3) การพ่นสี เป็นวิธีที่ง่ายและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน โดยการนำสีสเปรย์พ่นลงบนตัวดอกไม้ จะได้เฉดสีตามที่ต้องการเพื่อนำไปใช้งานต่อไป (นวลนภา เกียรติยศกุล, 6 กรกฎาคม 2565)

ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน จะมีการพัฒนาสายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับให้มีสีที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค แต่อาจจะมีบางสีที่เป็นเรื่องยากต่อการพัฒนาสายพันธุ์เพื่อให้ได้ตรงตามการใช้งานจริง เช่น สีเอิร์ทโทน สีแดงสด สีส้ม สีฟ้า สีเขียวขี้ม้า สีเขียวหัวเป็ด เป็นต้น จึงต้องใช้การพ่นสี เพื่อให้โทนสีตรงตามความต้องการของลูกค้า สีดอกไม้ที่เป็นสีแปลก ๆ มักจะหายากและส่วนใหญ่จะเป็นดอกไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาสูง การย้อมสีดอกไม้ เป็นการลดต้นทุน และเพื่อสร้างความหลากหลายของชนิดสีเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของตลาด (ฐิติวัชร รัตนทวนันท์, 6 กรกฎาคม 2565)

2.2.1.7 ดอกไม้ไทยในปากคลองตลาด

ในปัจจุบันสินค้าที่พบเจอในปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร มีการขายสินค้าที่เป็นชิ้นงานสำเร็จ และการขายสินค้าที่เป็นส่วนประกอบของผลงาน เพื่อให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกในการซื้อ ในส่วนของส่วนประกอบก็จะมี อุบะ มาลัย มาลัยกลม มาลัยแบน รัตข้อ ดอกข่า เป็นต้น แต่ถ้าลูกค้าไม่สะดวกที่จะนำไปประกอบเองก็จะซื้อสินค้าที่ประกอบสำเร็จเป็นชิ้นงานแล้ว อย่างเช่น พวงมาลัย เป็นต้น ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อเป็นส่วนประกอบเพื่อนำไปประกอบผลงานตามที่ตนเองต้องการ และนำไปประกอบกับผลงานต่าง ๆ เช่น พวงหรีดดอกไม้ไทย แจกันดอกไม้ไทย พานดอกไม้ไทย



ภาพที่ 0.4 อุบะมาลัย

ที่มา: หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก (2564)



ภาพที่ 0.5 มาลัยแบน

ที่มา: หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก (2564)



ภาพที่ 0.6 มาลัยกลม

ที่มา: หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก (2564)



ภาพที่ 0.7 พวงมาลัยช้อพระกรแบบสำเร็จ

ที่มา: หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก (2564)

2.2.1.8 ประเภทลูกค้า

สำหรับการตลาด ลูกค้า (Customer) หรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของเรานั้นมีความสำคัญมาก นักการตลาดมักจะแบ่งลูกค้าออกเป็นประเภท ๆ ตามยอดขาย (Revenue from Customer) และต้นทุนของลูกค้า (Cost of Service) ซึ่งเราเรียกการแบ่งประเภทลูกค้านี้ว่า Customer Profitability Matrix โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท

1) กลุ่ม Champion เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อมาก/สร้างรายได้ให้เรามาก (High Revenue) และน่ารัก นิสัยดี ไม่ค่อยมากเรื่องในการบริการ ทำให้ใช้ต้นทุนในการบริการต่ำ (Low Cost) หากบริษัทมีกลุ่ม Champion นี้ ให้รักษาไว้ให้ดียิ่งกว่า “งูจงอางห่วงไข่” เลย อย่าให้คู่แข่งมาแย่งไปเด็ดขาด เพราะจะเป็นกลุ่มที่สร้าง “กำไร” สูงสุดให้กับบริษัทเรา

2) กลุ่ม Acquaintance เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อไม่มาก/สร้างรายได้ให้เราต่ำ (Low Revenue) แต่ก็ไม่เรื่องมากเรื่องในการบริการ ทำให้ต้นทุนต่ำเช่นกัน (Low Cost) หากบริษัทพบเจอกลุ่ม Acquaintance นี้ต้องเข้าใจว่า พวกเค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Price Sensitive คือ ดูเรื่องราคาเป็นหลักในการตัดสินใจซื้อเสมอ ดังนั้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะทำให้ได้ยอดขายมากขึ้น (Up-Sell) ก็คือ การจัดทำโปรโมชั่นพิเศษ เช่น ลดราคา แจกของแถม เป็นต้น เพราะพวกเค้าจะรู้สึก “คุ้มค่า” กว่าไปซื้อที่อื่น ทำให้เราได้ยอดขาย/มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

3) กลุ่ม Demander เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อมาก/สร้างรายได้ให้เรามาก (High Revenue) แต่เรื่องมากในเรื่องการบริการและสิทธิพิเศษต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน ซึ่งทำให้มีต้นทุนในการบริการสูงครับ (High Cost)

จริง ๆ แล้วกลุ่มนี้มีไว้ชนะดีครับ แต่ต้องพยายามควบคุมค่าใช้จ่ายในการให้บริการหรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ ของพวกเค้าให้ดี (Cost Control) หากตามใจมากเกินไป สุดท้ายกำไรอาจไม่เหลือเลยก็ได้ ต้องควบคุมและดูความเหมาะสมกันให้ดี ๆ

4) กลุ่ม loser เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อไม่มาก/สร้างรายได้ให้เราต่ำ (Low Revenue) และเรื่องมากในเรื่องการบริการและสิทธิพิเศษต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน (High Cost) หากพบเจอกลุ่มนี้ ให้ลองพยายามขายเพิ่มมากขึ้น หรือ Up-Sell พวกเค้าก่อน ซึ่งหากทำไปแล้วไม่เวิร์ค ยอดซื้อยังต่ำเหมือนเดิม และยังคงเรียกร้องการบริการมากอยู่เหมือนเดิม กลยุทธ์ที่ดีที่สุด คือ การให้ “ยุติจากการเป็นลูกค้าของเรา” ครับ เพราะไม่สร้างกำไรแล้ว อาจขาดทุน และอาจพาลเสียเวลา/ชื่อเสียงด้วย

ทั้งหมดนี้ก็เป็นลูกค้า 4 ประเภท ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (แต่สำหรับตลาด Mass มาก ๆ อาจประยุกต์ Model นี้ ยากหน่อย) สิ่งสำคัญคือ เราต้องรักษาลูกค้าที่ดีไว้ (ลูกค้าที่สร้างกำไรให้เราสูง) ใส่ใจลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ให้มากถึงมากที่สุด

ส่วนลูกค้าที่อาจไม่เหมาะกับเรา (ลูกค้าที่ทำให้เราเสมอตัวหรือขาดทุน) ก็ไม่ควรรังไว้ เพราะพวกเขาอาจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์/แบรนด์/บริษัทอื่นมากกว่า

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับดอกไม้และมาลัย

2.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับดอกไม้

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญประเทศหนึ่งของโลก เนื่องจากข้อได้เปรียบทางสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ประกอบกับข้อมูลและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิต การปรับปรุงพันธุ์และการดูแลรักษาคุณภาพภายหลังการเก็บเกี่ยว ไม้ดอกเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย ได้แก่ กล้วยไม้ โดยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและทำรายได้เข้าประเทศมากกว่าสองพันล้านบาทต่อปี สำหรับไม้ดอกเศรษฐกิจที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ปทุมมา หรือสยามทิวลิป ตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มความต้องการหัวพันธุ์ปทุมมาจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี รวมไปถึงการเพิ่มปริมาณการส่งออกปทุมมาในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ปทุมมาตัดดอก หัวพันธุ์ปทุมมาแบบปักตัวและไม่ปักตัว เป็นต้น ในปัจจุบันความต้องการใช้ไม้ดอกเมืองหนาวมีมากขึ้นแต่ยังมีการปลูกได้น้อยอยู่จึงอาจจะสามารถพัฒนาเพื่อเป็นไม้ดอกเศรษฐกิจต่อไปในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเศรษฐกิจของไทยและเศรษฐกิจโลกได้ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกไม้ดอกไม้ประดับจากประเทศไทย การถูกกีดกันทางการค้า การกีดกันราคาของประเทศคู่ค้า และการเพิ่มขึ้นของประเทศคู่แข่ง ประเทศไทยจึงต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพ ความหลากหลายของสายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้ส่งออกไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญของโลกต่อไป (สถาบันวิจัยพืชสวน, 2563)

2.3.1.1 ความสำคัญ และสถานการณ์การส่งออก/นำเข้าไม้ดอกไม้ประดับ

ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนใกล้เส้นศูนย์สูตร ภูมิอากาศของประเทศจึงมีลักษณะแบบร้อนชื้น ไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่จึงเป็นไม้ดอกไม้ประดับเขตร้อน แต่สามารถปลูกไม้ดอกไม้ประดับเขตหนาวได้บ้างในบริเวณพื้นที่สูงที่มีอากาศหนาวเย็นของภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งปริมาณที่ปลูกได้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ จึงมีการนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับเขตหนาวเข้ามาเช่นกัน โดยทั่วไปไม้ดอกไม้ประดับในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญทางเศรษฐกิจ มีการส่งออกในปริมาณและมูลค่าสูง เช่น กล้วยไม้ ปทุมมา
- 2) กลุ่มไม้ดอกไม้ประดับที่มีศักยภาพ กลุ่มนี้มีความต้องการใช้ในประเทศและบางส่วนสามารถส่งออกแม้ยังมีมูลค่าไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มว่ามีการส่งออกเพิ่มขึ้น เช่น กุหลาบ บัวหลวง ไม้หัวเมืองร้อน (กระเจียว ไม้ใบ บอนสี วานสีทิศ) เป็นต้น

3) กลุ่มเพื่อใช้ภายในประเทศ ได้แก่ เยอบีร่า หน้าวัว แกลดิโอลัส เบญจมาศ มะลิ ช่อนกลิ่นไทย ลิลลี่ ดาวเรือง และวงศ์ชিং (ดาหลาและชิงแดง)

2.3.1.2 การส่งออก

กล้วยไม้เป็นไม้ตัดดอกที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำรายได้เข้าประเทศมากกว่าสองพันล้านบาทต่อปี ประเทศคู่ค้ากล้วยไม้ของประเทศไทยที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ จีน อิตาลี เป็นต้น สำหรับพันธุ์กล้วยไม้ที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ กล้วยไม้สกุลหวาย รองลงมา ได้แก่ ออนซิเดียม มอคคาร่า แวนด้า อะแรนด้า เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการส่งออกกล้วยไม้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กิ่งชากกล้วยไม้ทั้งแบบที่มีรากและไม่มีราก ต้นกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้ เป็นต้น

การส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นได้อีกเรื่อย ๆ ในอนาคต เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเขตร้อน ซึ่งเป็นไม้ดอกไม้ประดับในกลุ่มที่มีความหลากหลายทางพันธุกรรมสูง สามารถสลับสับเปลี่ยนให้ผลผลิตได้ตลอดทั้งปี แต่ทั้งนี้เกษตรกรและนักวิชาการควรมีการปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์และคุณภาพไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทยอยู่เสมอ การผลิตไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับจากประเทศไทย การปรับปรุงคุณภาพภายหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อให้มีอายุการใช้งานที่นานขึ้นสร้างความพึงพอใจให้แก่ประเทศคู่ค้าปลายทาง เพื่อลดข้อจำกัดการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศและลดการแข่งขันจากประเทศผู้ส่งออกด้วยตนเอง

2.3.1.3 การนำเข้า

การผลิตไม้ดอกไม้ประดับเขตหนาวของประเทศไทยมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเขตหนาวและบางกรณีมีคุณภาพไม่เป็นที่ต้องการของตลาด จึงมีการนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับหลายชนิดจากต่างประเทศ เช่น เบญจมาศ คาร์เนชั่นกุหลาบ และลิลลี่ ในปี 2561 ประเทศไทยนำเข้าเบญจมาศปริมาณสูงสุดเท่ากับ 4.86 ล้านกิโลกรัม เป็นมูลค่า 283.73 ล้านบาท โดยนำเข้ามาจากประเทศมาเลเซียมากถึง 281.45 ล้านบาท ในขณะที่คาร์เนชั่นมีมูลค่าการนำเข้า 1.49 ล้านกิโลกรัม เป็นมูลค่า 95.18 ล้านบาท โดยนำเข้าจากประเทศจีนมากเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์

นวัตกรรมเทคโนโลยีและองค์ความรู้ต่าง ๆ ในปัจจุบันเกี่ยวกับการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเขตหนาวมีเพิ่มมากขึ้นทำให้เกษตรกรหันมาปลูกเลี้ยงไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีกับประเทศไทยในการลดการนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับเมืองหนาวมาจากต่างประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีปริมาณการนำเข้าดอกเบญจมาศลดลงจากปี พ.ศ. 2560 ที่มีการนำเข้า

สูงถึง 5.6 ล้านกิโลกรัม เหลือเพียง 4.87 ล้านกิโลกรัม และมีส่วนต่างมูลค่าการนำเข้าลดลงจากปี พ.ศ. 2560 เท่ากับ 460.74 ล้านบาท ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีที่ประเทศไทยจะลดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าสินค้า ไม้ดอกไม้ประดับจากต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้าและส่งเสริมอาชีพการปลูกเลี้ยง ไม้ดอกไม้ประดับเมืองหนาวแก่เกษตรกร

2.3.1.4 สถานการณ์การผลิตไม้ดอกไม้ประดับ

ในปี 2562 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกไม้ดอกไม้ประดับทั่วประเทศทั้งหมด ประมาณ 67,203 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยวผลผลิตได้ประมาณ 658,126 ไร่ โดยมีผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ ประมาณ 116.33 ล้านกิโลกรัม โดยมีสัดส่วนพื้นที่ปลูกกล้วยไม้กว่า 14,050 ไร่ ทั้งกล้วยไม้ตัดดอก และกล้วยไม้กระถาง ซึ่งเป็นพื้นที่เกือบ 21 เปอร์เซ็นต์ ของพื้นที่ปลูกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดของ ประเทศ แหล่งผลิตกล้วยไม้ที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่น นครปฐม นนทบุรี สมุทรสาคร ราชบุรี กาญจนบุรี เป็นต้น และเมื่อพิจารณาพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 พบว่า ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้ง ประเทศมากถึง 22,315 ไร่ จากนั้นพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ค่อย ๆ ลดลงเรื่อย ๆ และเหลือพื้นที่ปลูก กล้วยไม้ทั้งประเทศน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2560 เพียง 21,334 ไร่ ซึ่งเป็นปีที่กล้วยไม้เริ่มมีราคาดีขึ้น เกษตรกรจึงสนใจหันกลับมาปลูกเลี้ยงเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2561 พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็น 21,631 ไร่ และคาดว่า การส่งออกกล้วยไม้จากประเทศไทยยังมีแนวโน้มไปในทางที่ดีขึ้น เพียงแต่เกษตรกรต้องปรับกลยุทธ์และรู้ทันเศรษฐกิจโลกให้มากขึ้น จากมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ในปี พ.ศ. 2562 ข้อมูลถึงเดือนตุลาคม มูลค่าการส่งออกกล้วยไม้จากประเทศไทยเท่ากับ 1,814 ล้านบาท จะเหลืออีก 2 เดือน คือ พฤศจิกายน และธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูหนาวที่ไม่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตและส่งออกของไม้ดอกไม้ประดับในต่างประเทศ ประกอบกับเป็นช่วงที่มีเทศกาลหลายเทศกาล ความต้องการใช้ไม้ดอกไม้ประดับจึงมีความต้องการสูงตามไปด้วยและแน่นอนว่าประเทศไทยจะมีการ ส่งออกกล้วยไม้ในช่วงนี้ได้ปริมาณและมูลค่าที่สูงตามมา

2.3.1.5 ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาด้านการผลิตไม้ดอกไม้ประดับในปัจจุบันพบว่า เกษตรกรขาดการวางแผนการผลิตและศึกษาความต้องการของตลาด เมื่อไม้ดอกไม้ประดับชนิดไหนเป็นที่ต้องการของ ตลาดหรือมีราคาสูงก็จะหันไปปลูกตามกันเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาสินค้าราคาตกต่ำ สินค้า ล้นตลาด นอกจากนั้นแล้วปัจจัยด้านการผลิตต่าง ๆ เช่น ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช แรงงาน มีราคาสูงขึ้น ในขณะที่ราคาผลผลิตเท่าเดิมหรือต่ำลง เนื่องจากกลไกราคาตลาดโลกและการกตราคาของบริษัท ส่งออก ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นเหล่านี้เป็นภาระที่เกษตรกรต้องแบกรับ ส่งผลให้ในปัจจุบันไม้ดอก ไม้ประดับจากประเทศไทยมีคุณภาพลดลงเนื่องจากเกษตรกรต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการผลิต ทำให้เกิดปัญหาการร้องเรียนจากประเทศคู่ค้าตามมา ประกอบกับในปัจจุบันผู้ค้าต่างชาติเข้ามารับซื้อ

ผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรงที่สวนโดยไม่ผ่านผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้รวบรวม ทำให้กลไกตลาดกล้วยไม้บิดเบือนไปจากความเป็นจริง อีกทั้งในปัจจุบันเทคโนโลยีภายหลังการเก็บเกี่ยวมีการพัฒนาเป็นอย่างมากส่งผลให้ไม้ดอกไม้ประดับที่ตัดจากต้นแล้วมีอายุการเก็บรักษาได้นานขึ้น ประเทศคู่ค้าจึงสามารถกักตุนสินค้าในช่วงที่สินค้ามีปริมาณมากราคาถูกและนำไปเก็บไว้ใช้ในช่วงที่สินค้ามีการผลิตได้น้อยและราคาสูง

2.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับมาลัย

2.3.2.1 ความหมายมาลัย

มาลัย หมายถึง ดอกไม้ประดิษฐ์แบบไทยลักษณะหนึ่ง โดยการนำดอกไม้ กลีบดอกไม้ ใบไม้ และส่วนต่าง ๆ ของดอกไม้ที่ร้อยได้มาร้อยเป็นพวง มีลักษณะต่าง ๆ กันมากมายหลายแบบ ตั้งแต่แบบดั้งเดิมจนถึงแบบสมัยใหม่ ซึ่งก็ดัดแปลงมาจากแบบดั้งเดิมนั่นเอง

มาลัย คือ การนำดอกไม้ ใบไม้ เช่น กลีบดอกกุหลาบมอญ ดอกพุด ดอกกรัก ใบแก้ว ดอกชบา ดอกมะลิ เป็นต้น มาร้อยเป็นพวงมาลัยให้มีความสวยงาม ในสมัยรัตนโกสินทร์ งานฝีมือด้านการประดิษฐ์ดอกไม้เป็นที่นิยมในสมัยรัชกาลที่ 5 ใช้ประดับในพิธีการต่าง ๆ พวงดอกไม้หรือพวงมาลัยจึงเป็นสิ่งที่ได้ถูกสืบทอดมาให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จัก ปัจจุบันพวงมาลัยยังคงเป็นที่ได้รับความนิยม มักจะนำมาใช้กราบไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงนำไปไหว้ บิดามารดา ญาติผู้ใหญ่ตามเทศกาลต่าง ๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2546: 859)

มาลัย หมายถึง ดอกไม้ประดิษฐ์แบบไทยลักษณะหนึ่ง โดยการนำดอกไม้ กลีบดอกไม้ ใบไม้ และส่วนต่าง ๆ ของดอกไม้ที่ร้อยได้ มาร้อยเป็นพวง มีลักษณะต่าง ๆ กันมากมายหลายแบบ ตั้งแต่แบบดั้งเดิมจนถึงแบบสมัยใหม่ ซึ่งก็ดัดแปลงมาจากแบบดั้งเดิมนั่นเอง (จินตนา สุวรรณมาลี, 2533)

2.3.2.2 ประวัติมาลัย

ทรงพระเมตตาตรัสเล่าว่า เจ้าคุณตანი ธิดาเจ้าพระยามหาเสนา (บุญนาคน) ซึ่งเป็นเจ้าจอมในรัชกาลที่ 1 และเป็นพระมารดาของกรมหมื่นสุรินทรรักษ์ ได้เป็นช่างดอกไม้ที่มีชื่อเสียงมาก เป็นผู้ที่มีการคิดประดิษฐ์ดอกไม้เป็นรูปแบบต่าง ๆ และเป็นช่างสืบทอดมาจนถึงธิดาและนัดดา เมื่อลองคิดเทียบจากวันเฉลิมพระยศโอรสเจ้าคุณตานิเป็นกรมหมื่นสุรินทรรักษ์ คือ ใน พ.ศ. 2359 ประมาณกาลได้ว่า สมัยที่ทำดอกไม้เป็นการใหญ่ในรัชกาลที่ 1-2 นั้น คงเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 188 ปีมาแล้ว (รัตนลักษณ์ ปัญจวิวัฒน์, 2547)

เมื่อประมาณ 140 ปีที่ผ่านมา การประดิษฐ์ดอกไม้ของไทยได้ขยายขอบเขตออกไป ได้รู้จักดัดแปลง ผ้า กระดาษ และซี่ผึ้งแข็ง ประดิษฐ์เป็นดอกไม้แห้ง รูปแบบต่าง ๆ เช่น รักเร่ จำปา มะลิ ฯลฯ แทนดอกไม้สดอีกด้วย กรมสมเด็จพระสุตรางกูรรัตนราชประชานุรักษ์ พระเจ้าบรมวงศ์ฝ่ายในชั้นผู้ใหญ่ ซึ่งทรงอภิบาลบำรุงเลี้ยงพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระปิยมหาราช ได้ทรง

ใฝ่พระทัยเป็นอันมาก และเจ้านายซึ่งประทับอยู่ใกล้กับกรมสมเด็จพระสุตารัตนราชประยูรนี้ก็ทรงประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง และผูกดอกไม้ช่อเป็นจำนวนมากอีกเหมือนในรัชกาลที่ 5 มีพระราชานิยมการประดิษฐ์ดอกไม้ของไทยอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะมียุทธราชพิธีใด ๆ เจ้านายฝ่ายในต้องประกวดกันจัดแต่งดอกไม้มาถวายให้ทรงใช้ในงานนั้นเสมอ พระเชษฐภคินีผู้ใหญ่ คือ กรมหลวงสมรรัตนสิริเชษฐ ทรงดำรงตำแหน่งอธิบดีราชการฝ่ายใน เป็นผู้ทรงพระปรีชาสามารถในการประดิษฐ์แต่งร้อยกรองดอกไม้มาก มีพระนามในงานช่างดอกไม้เป็นที่เลื่องลืออยู่จนทุกวันนี้ โดยที่เสด็จกรมหลวงสมรรัตนสิริเชษฐเป็นพระเจ้าพี่นางเธอพระองค์ใหญ่ ได้ดำรงตำแหน่งอธิบดีราชการฝ่ายใน มักจะทรงบัญชาการให้เจ้านายฝ่ายในประดิษฐ์ดอกไม้ตกแต่งพระแท่นมณฑลในพระราชพิธีต่าง ๆ ดอกไม้ตกแต่งพระทวารพระบัญชาในพระที่นั่งต่าง ๆ และไม่ว่าจะมีงานใด



ภาพที่ 0.8 พานชั้นหมาก

ที่มา: รัตนลักษณ์ ปัญจวุฒิพัฒน์ (2547)

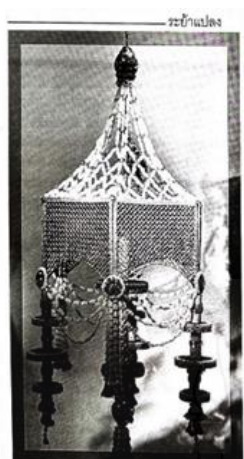
จากบันทึกในประวัติศาสตร์ในสมัยสุโขทัย งานดอกไม้สดประเภทมาลัยไม่ค่อยเด่นชัดมากเท่าใดนัก แต่ในสมัยรัตนโกสินทร์ทุกรัชกาล งานฝีมือด้านการประดิษฐ์ดอกไม้สดก็เป็นที่ขึ้นชื่อลือชามาก นิยมประดิษฐ์ตกแต่งในงานราชพิธีต่าง ๆ ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีพระราชานิยมการประดิษฐ์ดอกไม้ของไทยเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะมียุทธราชพิธีใด ๆ เจ้านายฝ่ายในต้องประกวดกันจัดแต่งดอกไม้มาถวายให้ทรงใช้ในงานนั้น ๆ เสมอมา พระมหาลักษณ์ทุกตำหนักใฝ่พระทัยในการจัดแต่งดอกไม้ไปตาม ๆ กัน แต่ละพระองค์ก็มีชื่อเสียงในทางการประดิษฐ์ต่าง ๆ กัน สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถพระพันปีหลวง ครั้นยังดำรงพระอิสริยยศเป็นพระบรมราชินีนาถ โปรดเกล้าฯ ให้ฝึกหัดอบรมข้าหลวงและครูโรงเรียนราชินี ทรงส่งเสริมฟื้นฟูการทำดอกไม้สดเป็นอันมาก และให้รู้จักทำดอกไม้แห้งเลียนแบบดอกไม้สด พระองค์เองก็ทรงใช้เวลาว่างประดิษฐ์ตัดแปลง การทำดอกไม้แบบ

เก่าให้แปลกพิสดารออกไป มีพระนามเลื่องลือในการร้อยพวงมาลัย ซึ่งแต่เดิมมาไทยนิยมร้อยมาลัย ด้วยดอกมะลิเป็นมาลัยสีขาวกลมธรรมดาเท่านั้น

สมเด็จพระพันปีหลวงได้ทรงคิดร้อยมาลัยด้วยดอกไม้ต่าง ๆ และใช้ใบไม้แทรกทำให้มีลวดลายและสีต่าง ๆ กันอย่างงดงาม พลิกแพลงประดิษฐ์รูปแบบต่าง ๆ ในงานพระศพ สมเด็จพระปิยมหาราชที่ศรีพัชรินทรมาตา ซึ่งเป็นพระมารดาของสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ได้มีพระราชเสาวนีย์ดำรัสให้ท้าววรคณานันท์ (ม.ร.ว. บั้ม มาลากุล) จัดทำมาลัยไปประดับพระศพ ตกแต่งตามฉัตรรัตพระโกศ ขวบนตามประตูหน้าต่างตลอดงานนี้ มาลัยที่ตกแต่งเปลี่ยนสี เปลี่ยนรูป เปลี่ยนแบบเรื่อย ๆ มา จึงนับได้ว่าตั้งแต่บัดนั้น การร้อยมาลัยได้มีการวิวัฒนาการก้าวหน้ากว่าเดิมเป็นต้นมาหลายแบบ ในระหว่างนั้นท่านเจ้าคุณประยูรวงศ์ก็ได้จัดทำมาลัยครุยขึ้นมา ท้าววรคณานันท์เป็นผู้มีชื่อเสียงในการร้อยมาลัยงามหลายรูปแบบ ความรู้ความชำนาญในเรื่องร้อยมาลัยนี้ก็ได้สืบทอดมาถึง ม.ล.ป๋อง มาลากุล ที่มีความสามารถในเรื่องการทำดอกไม้สดและดอกไม้แห้งเป็นอย่างดี

ปัจจุบันมาลัยดอกไม้สดยังคงเป็นที่นิยมใช้ในชีวิตประจำวันของพุทธศาสนิกชนในงานพิธีการต่าง ๆ และนอกจากนี้หน่วยงานทั้งรัฐและเอกชน ยังคงสนับสนุนการอนุรักษ์ศิลปปะงานมาลัยและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยด้านงานมาลัยดอกไม้สดทั้งภายในและต่างประเทศ

สมเด็จพระมหาลงทรงเกณฑ์ให้ประดิษฐ์ดอกไม้อยู่ตลอดพระมเหสีเทวีทุกตำแหน่งไฟพระทัยในการจัดเวลา นอกจากจะทรงเกณฑ์ให้ทำแบบโบราณแล้วแต่งดอกไม้ไปตาม ๆ กัน แต่ละพระองค์ก็มีชื่อเสียงในยังทรงคิดดัดแปลงการประดิษฐ์ดอกไม้แบบใหม่ ๆ ซึ่งแต่งงานฝีมือต่าง ๆ กัน สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถโบราณได้มีการร้อยตาข่าย ร้อยเฟื้องแบบต่าง ๆ ใช้ติดครั้งยังดำรงพระอิสริยยศเป็นพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมารมีแบบซ้ำ ๆ ตามแบบเดิม เช่น พระพันปีหลวงราชินีนาถ โปรดเกล้าฯ ให้ฝึกหัดอบรมข้าหลวงและครูบันไดแก้ว พุกกลีน กลิ่นคว่า กลิ่นตะแคง กลิ่นจิ้น ครั้นโรงเรียนราชินีให้รู้จักทำดอกไม้แห้งเลียนแบบดอกไม้สด มาสมัยสมเด็จพระมหาลงสมรรัตนสิริเชษฐ ได้ทรงคิดด้วย ทรงส่งเสริมฟื้นฟูการประดิษฐ์ดอกไม้เป็นอันมากทำโครงลวดทาสีขาว และประกอบดอกไม้ให้มีรูปร่างพระองค์เองก็ทรงใช้เวลาว่างประดิษฐ์ดัดแปลงจากแบบแปลกพิสดารงดงามออกไปอีกมากมาย เช่น ระบายเก่าให้แปลกพิสดารออกไป จึงมีพระนามเลื่องลือในการแปลง พวงแก้ว ฯลฯ และแปลงบันไดแก้วเป็นรูปวิมานร้อยพวงมาลัย แต่เดิมมาที่นิยมร้อยมาลัยด้วยดอกมะลิพระอินทร์วิมานแทน



ภาพที่ 0.9 ระย้าแปลง

ที่มา: รัตนลักษณ์ ปัญจวุฒิพัฒน์ (2547)

พระมเหสีเทวีทุกตำหนักใฝ่พระทัยในการจัดแต่งดอกไม้ไปตาม ๆ กัน แต่ละพระองค์ก็มีชื่อเสียงในงานฝีมือต่าง ๆ กัน สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถพระพันปีหลวง ครั้งยังดำรงพระอิสริยยศเป็นพระบรมราชินีนาถ โปรดเกล้าฯ ให้ฝึกหัดอบรมข้าหลวงและครูโรงเรียนราชินีให้รู้จักทำดอกไม้แห้งเลียนแบบดอกไม้สดด้วย ทรงส่งเสริมฟื้นฟูการประดิษฐ์ดอกไม้เป็นอันมาก พระองค์เองก็ทรงใช้เวลาว่างประดิษฐ์ดัดแปลงจากแบบเก่าให้แปลกพิสดารออกไป จึงมีพระนามเลื่องลือในการร้อยพวงมาลัย แต่เดิมมาที่นิยมร้อยมาลัยด้วยดอกมะลิเป็นมาลัยสีขาวกลมธรรมดาเท่านั้น ถ้าจะพลิกแพลงก็มักร้อยเป็นมาลัยเกลียว ให้มีลายเป็นเกลียวขึ้นไป อย่างที่เราเห็นวางขายที่ตลาด ทุกวันนี้ สมเด็จพระพันปีหลวงได้ทรงคิดร้อยมาลัยด้วยดอกไม้ต่าง ๆ ตลอดจนใช้ใบไม้แทรกทำให้มีลวดลายและสีต่าง ๆ กันอย่างงดงามพลิกแพลงดูแปลกตา ในงานพระศพสมเด็จพระปิยมมาวดีศรีพัชรินทรมาตา ซึ่งเป็นพระมารดาของสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถพระพันปีหลวง และสมเด็จพระศรีสวรินทราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้าพระองค์นี้ พระศพประดิษฐานอยู่ ณ วังสะพานถ่าน (คือที่ตลาดบำเพ็ญบุญเวลานี้) สมเด็จพระพันปีหลวงมีพระราชเสาวนีย์ดำรัสให้ทำวรวงศานันท์ (ม.ร.ว.ป๋ม มาลากุล) จัดร้อยมาลัยไปประดับพระศพ เช่น ตกแต่งตามฉัตรรัตพระโกศ และติดตามประตู หน้าต่าง ตามประเพณีงานใหญ่ ๆ ของเจ้านายตลอดงาน มาลัยที่ ตกแต่งเปลี่ยนสี เปลี่ยนรูป เปลี่ยนแบบเรื่อย ๆ มาความเจริญของการร้อยมาลัยจึงเริ่มต้นแต่นั้น เป็นต้นมา

ในระหว่างเวลาที่สมเด็จพระพันปีหลวงมีพระนามเลื่องลือทางร้อยมาลัย พระวิมาดาเธอกรมพระสุทธาสินีนาถ พระอัครชายา ในรัชกาลที่ 5 ก็มีพระนามเลื่องลือในทางร้อยดอกไม้เป็นตาข่ายแบบต่าง ๆ เจ้านายในตำหนักนี้ทรงร้อยตาข่ายได้ทุกแบบตามต้นฉบับเดิม และได้

พลิกแพลงเพิ่มเติมพร้อมทั้งสลัสดีได้อย่างงดงามอีกด้วย จะเห็นได้ว่าศิลปะในการจัดแต่งดอกไม้ด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อองฟูมาก ได้มีการฟื้นฟูประดิษฐ์ตามแบบและวิธีเดิมได้ค้นคิดหาแบบและวิธีใหม่ให้สะดวกสวยงาม และทันสมัยมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่มีการเย็บกลีบดอกไม้ติดกับใบตองเพื่อให้เป็นรูปดอกไม้ต่าง ๆ นั้น ใช้เย็บด้วยเข็มและด้าย กลีบดอกไม้ที่เย็บก็มักจะเป็นพวกกลีบดอกบานบุรี แต่ต่อมาพลิกแพลงใช้กลีบดอกไม้และใบไม้ชนิดต่าง ๆ นอกจากนี้ยังค้นพบว่า กลีบดอกไม้ชนิดที่มีกลีบละเอียด เช่น ดอกบานไม่รู้โรยก็นำมาติดแบบได้อย่างสวยงาม เรียบร้อยและคงทนได้หลายวัน พร้อมทั้งยังใช้ประกอบให้เป็นลวดลายด้วยสีสันทันอย่างใดก็ได้ จึงได้คิดเขียนรูปสับนกระดาศก่อนข้างแข็ง แล้วใช้กลีบบานไม่รู้โรยย้อมสีต่างๆ ตามชอบใจ สมเด็จพระพันปีหลวงทรงริเริ่มขึ้นเมื่อทรงจัดงานเลี้ยงต้อนรับพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อเสด็จกลับจากยุโรปใหม่ ๆ ครั้งนั้นสมเด็จพระพันปีหลวงได้มีพระราชเสาวนีย์ดำรัสใช้ให้ช่างเขียนเขียนรูปพญานาคเลื้อยไปตามยาวของโต๊ะเสวย แล้วติดดอกไม้บนโครงรูปพญานาค ดอกไม้เลื้อยบนโต๊ะเสวยงดงามอย่างยิ่ง

การประดิษฐ์พุ่มเครื่องบูชาหรือเครื่องทองน้อยในสมัยโบราณได้นำดอกไม้มามัดเข้าเป็นช่อทรงดอกบัวแล้วเสียบในถ้วยแก้วเชิง ต่อมาสมเด็จพระพันปีหลวงทรงคิดเย็บกลีบดอกไม้ติดบนใบตองประดิษฐ์ ให้เป็นรูปดอกบัวที่มีสีสลัต่าง ๆ กัน แต่ในการเย็บนั้นไม่สะดวกมากนัก ครั้นถึงงานพระศพสมเด็จพระเจ้าฟ้าสุทธาทิพยรัตนกรมหลวงศรีรัตนโกสินทร์ ประมาณ 90 ปีมาแล้ว พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงทิพยรัตนกิริติกุลินี พระมาตุจฉาของสมเด็จพระรัตนโกสินทร์ ได้ทรงคิดเกล้าผลมะละกออ่อน และหัวมันเทศเป็นรูปดอกบัวใช้เป็นแกนใน แล้วพับกลีบดอกไม้ใบไม้ติดแกนนั้นด้วยเข็มหมุด จึงกลายเป็นพุ่มเล็ก ๆ ึ่งงดงาม ทำให้สะดวกสบายและทำลวดลายได้ง่ายเป็นที่นิยมใช้กันต่อมาจนถึงทุกวันนี้



พุ่มเครื่องบูชา

ภาพที่ 0.10 พุ่มเครื่องบูชา

ที่มา: รัตนลักษณ์ ปัญจวุฒิพัฒน์ (2547)

พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงทิพยรัตนกิริติกุลินี พระองค์เคยทรงดำรงตำแหน่งอธิบดีราชการฝ่ายในมาสมัยหนึ่ง มีพระนามเลื่องลือในการแกะสลักจักษสานผู้ที่เป็นต้นคิดหรือมีชื่อเสียงว่าเป็นช่างดอกไม้ที่นั่นล้วนเป็นเจ้านายฝ่ายในและข้าราชการทั้งสิ้น ทั้งนี้เนื่องจากพระบรมมหาราชวังเป็นสถานที่อบรมหญิงได้เป็นอย่างดี บรรดาเจ้านายต่างกรม ข้าราชการเศรษฐี คหบดีที่ปรารถนาจะให้ลูกสาวหลานสาวของตนรอบรู้ในศิลปวิทยาการและจรรยา มารยาทแล้ว ก็มักจะส่งลูกสาวหลานสาวของตนเข้าไปอยู่กับเจ้านายฝ่ายใน สุดแต่ว่าจะคุ้นเคยกับพระองค์ใด เมื่อมีงานพระราชพิธีต่าง ๆ มาก และเจ้านายก็ทรงประกวดกันประดิษฐ์ดอกไม้ถวายสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว หรือตกแต่งพระแท่นมณฑลทรงกะเกณฑ์ข้าหลวงให้ช่วยกันทำตามถนัด หัดเด็ก ๆ พร้อมกันไปด้วย เช่น ตอนแรกก็หัดให้ปลิดก้านดอกไม้ปลิดกลีบดอกไม้ไปตามประสาเด็ก ต่อมาก็อยหัดร้อยดอกไม้ต่อกันให้ยาวแบบง่าย ๆ แล้วฝึกหัดร้อยตาข่ายหรือพับกลีบดอกไม้ใบไม้ให้ผู้ใหญ่ ร้อยมาลัยหรือประดิษฐ์พุ่มดอกไม้ต่อไป เมื่อใดมีฝีมือทำได้เรียบร้อยเป็นที่ไว้วางใจได้ ก็จะได้รับ การฝึกสอนให้รู้จักประดิษฐ์ดอกไม้ให้เป็นชิ้นเป็นอันสืบไป

การเรียนเป็นไปในทำนองจำต่อ ๆ กันลงมาและค่อยทำค่อยไปจนชำนาญ การที่จะรู้ว่าสิ่งใดงามหรือไม่งามตรงไหนนั้น ต้องอาศัยประสบการณ์ที่เคยเห็น เคยทำมา มาก และมีสติปัญญาเฉียบแหลมเฉลียวฉลาด ก็ย่อมสามารถและมีศิลปะในการประดิษฐ์จัดแต่งดอกไม้ได้ดี เมื่อบิดามารดาเห็นว่าลูกหลานของตนมีความรู้ความชำนาญ ทั้งรู้จักระเบียบประเพณีต่าง ๆ ดีพอควรแล้ว ก็พูลลาเอาลูกหลานของตนออกมาอยู่บ้านและมีैयाเรือนกันต่อไป เมื่อทางบ้านมีงาน เช่น งานสมรส งานอุปสมบท โขนจุก ทำบุญอายุ หรืองานศพ เป็นต้น ต่างก็ประดิษฐ์แต่งดอกไม้ถวายดอกไม้กันเพื่อโฆษณาว่า ลูกหลานของตนได้ศึกษาดีมาจากพระบรมมหาราชวัง ความเจริญในการประดิษฐ์จัดแต่งดอกไม้ จึงได้แพร่หลายออกไปทั่วราชอาณาจักรวิชาการประดิษฐ์ดอกไม้สดจะเจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้นไปได้นั้น ต้องอาศัยผู้ที่รักจะศึกษาค้นคว้า ทดลองดัดแปลงแก้ไข ต่อเติมเสริมแต่งต่อไปอีก และการที่จะมีผู้รักจะศึกษาค้นคว้าเช่นว่านี้ ก็ย่อมต้องอาศัยเครื่องปลุกใจหรือเร้าใจด้วยชื่อเสียง เกียรติยศและผลประโยชน์เป็นสำคัญ เมื่อฟังคำบอกเล่าของคนเก่าคนแก่ ที่มีอายุร่วมสมัยในรัชกาลที่ 6 - 9 จะเห็นได้ว่าในรัชกาลที่ 9 เป็นยุคสมัยที่มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องรูปแบบ วัสดุ และได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้งานประดิษฐ์พัฒนาเป็นไปในรูปของธุรกิจ จำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอย่างกว้างขวาง มุ่งเน้นให้คนต่างชาติรับรู้ในควมมีวัฒนธรรมด้านการประดิษฐ์ (รัตนลักษณ์ ปัญจภูมิพัฒน์, 2547)

ดอกไม้สดที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทย งานมงคลต่าง ๆ ที่คนไทยปฏิบัติสืบต่อกันมามีพิธีต่าง ๆ ดังนี้

- 1) งานในสำนักพระราชวัง
- 2) งานเฉลิมฉลองในพระราชพิธีต่าง ๆ

- 3) งานรับพระราชทานตรา
- 4) งานพระราชทานปริญญาบัตร
- 5) งานฉลองยศศักดิ์หรืองานฉลองเกียรติยศ
- 6) งานจัดตกแต่งโต๊ะหมู่บูชาหรือเครื่องบูชา
- 7) งานขึ้นบ้านใหม่ เปิดอาคารใหม่ หรือสำนักงานใหม่
- 8) การสว้ขอ การหมั้น การแต่งงาน
- 9) งานรับขวัญนาค งานอุปสมบท
- 10) งานฉลองวันเกิด หรืองานครบรอบอายุ
- 11) งานรับขวัญเด็กเกิดใหม่
- 12) งานโกนจุก
- 13) งานเกษียณอายุ
- 14) พิธีงานศพ
- 15) งานต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง
- 16) งานนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมไทย

ประเทศไทยเราได้รับวัฒนธรรมการร้อยมาลัยมาจากอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศต้นกำเนิดสำคัญของศิลปะการร้อยมาลัยของหลาย ๆ ประเทศ โดยชาวอินเดียที่นับถือศาสนาฮินดูจะร้อยพวงมาลัยด้วยวัสดุจากดอกไม้สด เช่น ดอกมะลิ หรือดอกกุหลาบที่เราคุ้นเคยกันดีในปัจจุบันนำไปบูชาเทพต่าง ๆ เพื่อความเป็นสิริมงคล

การร้อยมาลัยได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงรัชกาลที่ 5 ซึ่งจะมีการจัดประกวดการร้อยมาลัยหรือการจัดดอกไม้เพื่อใช้ในงานพิธีต่าง ๆ เรียกได้ว่า ศิลปะการร้อยมาลัยเป็นสัญลักษณ์สื่อถึงระดับชนชั้นของสังคมในช่วงนั้น เป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ประเมินความเหนือชั้นระหว่างผู้หญิงด้วยกันได้ ทั้งนี้เพราะในยุคนั้น ผู้หญิงต้องมีฝีมือการเป็นแม่บ้านแม่เรือนสูงกว่าผู้หญิงในยุคปัจจุบัน ทักษะการจัดดอกไม้หรือการร้อยมาลัยที่ปราณีตและสวยงามจึงเปรียบเสมือนการเพิ่มคุณค่าให้ผู้หญิงในยุคที่สังคมยังมีการปกครองแบบผู้ชายเป็นใหญ่

ศิลปะการร้อยมาลัยได้รับการสืบทอดมาเรื่อย ๆ กลายเป็นวิชาความรู้ที่มีการสอนตามวิทยาลัยในวัง โรงเรียนการเรือน จนถึงสถาบันวิชาชีพต่าง ๆ ในปัจจุบัน พวงมาลัยถูกนำมาใช้ตามงานมงคลมากมาย ได้แก่ งานแต่งงาน งานรับขวัญต่าง ๆ หรืองานแสดงการต้อนรับบุคคลสำคัญ สื่อให้เห็นว่า พวงมาลัยจัดเป็นงานประดิษฐ์ที่ยังคงมีคุณค่าเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งที่มีคนไทยใช้ในงานสำคัญ ๆ ที่แสดงออกถึงความเคารพ และความยินดี จะเห็นได้ชัดจากการที่เรามอบพวงมาลัยให้บุคคลที่เรารัก ได้แก่ พ่อแม่ ครูบาอาจารย์ และผู้ใหญ่ที่เราเคารพนับถือ หรือแม้กระทั่งการใช้พวงมาลัยกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ อีกทั้งดอกไม้ที่นำมาใช้ในการร้อยมาลัยนั้น ยังแฝงไว้ด้วย

ความหมายอันดีที่แสดงถึงความเคารพ ความยินดี และความประสงค์ที่ผู้ให้มีต่อผู้รับ โดยตัวอย่างความหมายของดอกไม้ที่นิยมนำมาใช้ในการร้อยมาลัย (ธนาคารกสิกรไทย, 2562)

บรรพบุรุษของไทยเรามีชื่อเสียงในงานด้านศิลปะการประดิษฐ์อย่างมากมายโดยเฉพาะการประดิษฐ์ตกแต่งพวงดอกไม้ ใบไม้ ผลไม้ และวัสดุอื่น ๆ เป็นที่ขึ้นชื่อมานานแต่โบราณกาลแล้วแต่ไม่ปรากฏแน่ชัดว่าได้มีการเริ่มต้นมาแต่ในสมัยใดแน่ คงเนื่องมาแต่ไม่มีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรไว้นั่นเอง จึงไม่มีหลักฐานใด ๆ ให้อนุชนรุ่นหลังได้สืบค้น ต่อมาในสมัยสุโขทัยเป็นราชธานี แต่ครั้งสมัยพระเจ้าอรรณมหาราช คือ พระร่วงเป็นพระเจ้าแผ่นดินมีพระสมณเอกคือ ท้าวศรีจุฬาลักษณ์ หรือนางนพมาศ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถในงานด้านฝีมือในการประดิษฐ์ดอกไม้สดเป็นเลิศในสมัยนั้นตามหลักฐานที่อ้างถึงในพระราชนิพนธ์เรื่องพระราชพิธี 12 เดือน ตอนหนึ่งที่กล่าวถึง ท้าวศรีจุฬาลักษณ์ได้คิดตกแต่งโคมลอยให้งดงามวิจิตรกว่าโคมของพระสมณอื่นทั้งปวง โดยการนำเอาดอกไม้ต่าง ๆ มาประดิษฐ์ตกแต่ง และยังได้เอาผลไม้มาทำการแกะสลักตกแต่งประกอบไปด้วย แต่ก็มิได้มีการอ้างถึงว่าในการตกแต่งครั้งนั้นมีการร้อยมาลัยมาประดับตกแต่งด้วยหรือไม่และในหลักฐานที่อ้างถึงตอนหนึ่งในเดือนเมษายนมีพระราชพิธีสนามใหญ่บรรดาเจ้าเมือง เศรษฐี คหบดี เข้าเฝ้าถวายบังคมสมเด็จพระร่วงเจ้าเพื่อถวายเครื่องราชบรรณาการพระสมณก้านัลต่าง ๆ ก็ร้อยกรองดอกไม้เป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ ใส่เมียงหมากถวายให้สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานแก่ผู้มาเฝ้าและในครั้งนั้นนางนพมาศก็ร้อยดอกไม้สีเหลืองเป็นรูปพานทองสองชั้นรองชั้น มีระย้าระบายงดงามในชั้นใส่เมียงหมาก แล้วร้อยดอกไม้เป็นตาข่ายคลุมชั้นอีกทีหนึ่งเป็นที่เจริญตาและถูกกาลเทศะอีก สมเด็จพระร่วงเจ้าจึงทรงบัญญัติว่าถ้าชาวไทยทำการรับแขกเป็นการสนามใหญ่ มีการอวามงคล หรือวิวาหมงคล เป็นต้น ให้ร้อยกรองดอกไม้เป็นรูปพานชั้นหมากดังนี้ และให้เรียกว่า พานชั้นหมาก (สวรินทร์, 2559)

2.3.2.3 ประเภทมาลัย

มาลัยมีมากมายหลายชนิด แต่ละชนิดก็มีหน้าที่ใช้สอยต่าง ๆ กันไปตามโอกาส และความเหมาะสม ดังนั้นถ้าจะกล่าวรวม ๆ กันแล้วมาลัยชนิดต่าง ๆ มีประโยชน์ มาลัยแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1) มาลัยชายเดี่ยว เป็นมาลัยที่มีลักษณะเป็นพวงกลม มีอุบะห้อยลงมาเป็นชายเพียงจุดเดียว อาจเรียกว่า มาลัยมือ หรือมาลัยคล้องแขน ถ้าใช้ในการทูลเกล้าฯ ถวายจะเรียกว่า มาลัยข้อพระกร นอกจากนี้ ยังใช้บูชาพระ หรือไหว้ผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ



ภาพที่ 0.11 พวงมาลัยชายเดี่ยว
ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2552)

2) มาลัยสองชาย เป็นมาลัยที่เราค่อนข้างคุ้นเคยกันในชีวิตประจำวัน แต่อาจจะไม่ได้วิจิตร ตระการตาทัดเทียมมาลัยชายเดี่ยว ใช้ในพิธีแต่งงานหรืองานบวช เป็นมาลัยกลมหรือมาลัยโซ่ที่ผูกต่อกับริบบิ้น ทั้งชายห้อยลงมาเป็นอุบะสองเส้น มักเรียกกันว่ามาลัยคล้องคอมากกว่า ใช้สำหรับคล้องคอบุคคลสำคัญในงานนั้น ๆ



ภาพที่ 0.12 พวงมาลัยสองชาย
ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2552)

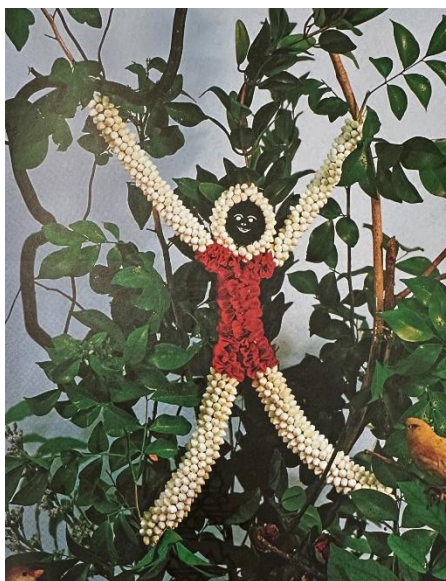
3) มาลัยชำร่วย เพื่อให้สมชื่อมาลัยของชำร่วย จึงเป็นมาลัยที่มีขนาดพวงเล็ก กระจุ้มกระจิม เพื่อให้แขกหรือถือติดมือได้สะดวก เป็นมาลัยตุ้มที่ร้อยให้มีลักษณะตามขวางเป็น วงกลมขนาดเล็ก ค่อย ๆ ใหญ่ขึ้นทีละน้อย ช่วงกลางป่องโค้งมนแล้วค่อย ๆ ลดให้เล็กลงจนมีขนาด เท่ากันตอนขึ้นต้น สรุปลง่าย ๆ ว่าเป็นมาลัยที่หัวท้ายเรียวยาวช่วงกลางป่องนั่นเอง



ภาพที่ 0.13 พวงมาลัยชำร่วย

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2552)

4) มาลัยตัวสัตว์ นิยมนำดอกไม้มาร้อยให้เป็นรูปร่างคล้ายตัวสัตว์ที่ดูน่ารัก น่าเอ็นดู เช่น หนู กระรอก กระแต กระต่าย ชะนี เป็นต้น



ภาพที่ 0.14 มาลัยตัวสัตว์

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

แบ่งตามหน้าที่ใช้สอย ได้แก่ มาลัยชายเดี่ยว ใช้สำหรับคล้องมือ คล้องแขน หรือบูชาพระ มาลัยสองชาย ใช้สำหรับคล้องคอ แขนวน้ำรถ หรือแขวนหัวเรือ และ มาลัยของชำร่วย ใช้มอบตอบแทนเป็นการขอบคุณแขกที่มาร่วมงานนั้น ๆ โดยแบ่งเป็น 4 รูปแบบได้แก่ (ทิตนา, 2551)

แบ่งตามลักษณะรูปแบบของการร้อย ได้แก่ มาลัยซีกหรือมาลัยเสี้ยว มาลัยกลม มาลัยแบน มาลัยรี มาลัยสามเหลี่ยม มาลัยสี่เหลี่ยม มาลัยตุ้ม มาลัยตัวนอน มาลัยตัวนอนคู่ มาลัยสามกษัตริย์ และมาลัยพวงดอกไม้ โดยแบ่งเป็น 10 รูปแบบได้แก่ (อรรรรณ และ วิศรุตตา, 2560)

1) มาลัยซีกหรือเสี้ยว หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวางเพียงครึ่งวงกลมหรือน้อยกว่า ซึ่งมีหลายขนาดด้วยกัน เช่น มาลัยซีกสามหลัก มาลัยซีกห้าหลัก มาลัยซีกเจ็ดหลัก และ มาลัยซีกเก้าหลัก



ภาพที่ 0.15 มาลัยซีกหรือเสี้ยว

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลีน (2552)

2) มาลัยกลม หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวางเป็นวงกลม และรูปทรงตามยาวตรง และขนานกันไปตลอดเข็ม นิยมร้อยตั้งแต่ขนาด 6 กลีบขึ้นไป จนถึง 12 กลีบ หรือมากกว่านี้ก็ได้ ย่อมแล้วแต่ชนิดของดอกไม้ ถ้าดอกเล็กหรือกลีบเล็กก็จะใช้จำนวนกลีบมาก แต่ถ้าดอกไม้ดอกใหญ่หรือกลีบใหญ่ก็ใช้จำนวนกลีบน้อย



ภาพที่ 0.16 มาลัยกลม

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลีน (2552)

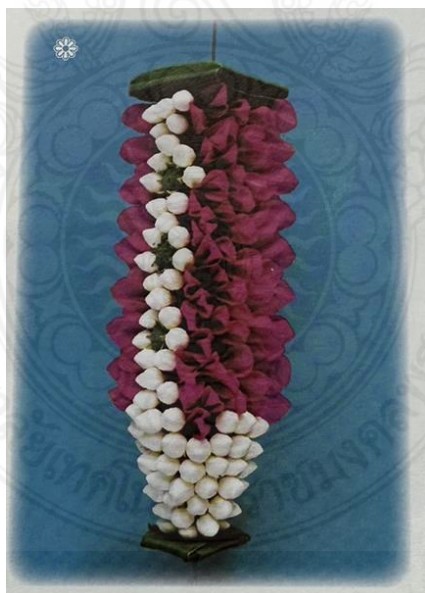
3) มาลัยแบน หมายถึง มาลัยที่มีลักษณะรูปทรงตามขวาง เป็นรูปยาวตามกليب ปลายกليبของด้านตรงข้ามยาวจรดแนวเส้นรอบวง แต่ปลายดอกของด้านขวางและด้านตรงข้ามแคบ เนื่องจากส่งก้านสั้นและชิดโคนดอก



ภาพที่ 0.17 มาลัยแบน

ที่มา: รวิสิริ ธิรพัฒน์ไญธิน (2553)

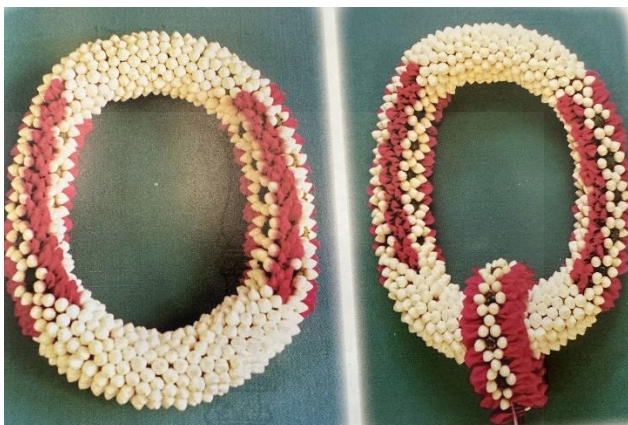
4) มาลัยสี่เหลี่ยม หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวางเป็นรูปสี่เหลี่ยมรูปทรงตามยาวขึ้นไปตลอดเข็ม



ภาพที่ 0.18 มาลัยสี่เหลี่ยม

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

5) มาลัยสามเหลี่ยม หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวาง เป็นรูปสามเหลี่ยมด้านเท่า รูปทรงตามยาวทั้งสามด้านตรงขึ้นไปตลอดเข็ม



ภาพที่ 0.19 มาลัยสามเหลี่ยม

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2552)

6) มาลัยตุ้ม หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวางเป็นรูป วงกลมขนาดเล็กแล้วค่อย ๆ ใหญ่ขึ้นทีละน้อย ช่วงกลางป่องโค้งมนแล้วค่อย ๆ ลดให้เล็กลงทีละน้อย จนขนาดเท่ากับตอนขึ้นต้น รูปทรงตามยาวห้าย้ายเรียวยาวช่วงกลางโค้งมน



ภาพที่ 0.20 มาลัยตุ้ม

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2552)

7) มาลัยตัวหนอน หมายถึง มาลัยที่มีการร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวางเป็นวงกลมจากเล็กและค่อยๆใหญ่ ขึ้นทีละน้อยช่วงกลางป่องตอนขึ้นต้น รูปทรงตามยาวหัวและท้ายเรียว ช่วงกลางป่องโค้งมนคล้ายมาลัยตุ้มแต่ยาวกว่า



ภาพที่ 0.21 มาลัยตัวหนอน

ที่มา: ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ (2558)

8) มาลัยตัวหนอนคู่ หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้มีลักษณะรูปทรงตามขวางเป็นรูปกลมเล็กแล้วค่อยๆใหญ่ขึ้น ตรงช่วงกลางป่องโค้งมนแล้วค่อย ๆ ลดให้เล็กลงจนกระทั่งเท่ากับตอนขึ้นต้น รูปทรง ตามยาว เหมือนมาลัยตุ้มสองตุ้มร้อยต่อในเข็มเดียวกันนั่นเอง

9) มาลัยสามกษัตริย์ หมายถึง มาลัยที่ร้อยด้วยดอกบานไม่รู้โรยทรงเป็นชั้น ๆ ขนาดเท่ากันทุกชั้นร้อยคล้องต่อกัน 3 วง โดยใช้ดอกบานไม่รู้โรยสามสี คือสีแดง ชมพู และขาว



ภาพที่ 0.22 มาลัยสามกษัตริย์
ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

10) มาลัยพวงดอกไม้ หมายถึง มาลัยที่ร้อยด้วยดอกไม้เรียงต่อกันเป็นสายยาวแล้วนำมาผูกมัดต่อกันเป็นวง



ภาพที่ 0.23 มาลัยพวงดอกไม้
ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

แบ่งตามลักษณะโครงร่างโดยทั่วไป ได้แก่ มาลัยตัวสัตว์ มาลัยลูกโซ่ มาลัยเปีย มาลัยเถา มาลัยครุย และมาลัยดอกกล้วยไม้ โดยแบ่งเป็น 6 รูปแบบ ได้แก่

1) มาลัยตัวสัตว์ หมายถึง มาลัยที่ร้อยให้เป็นรูปร่างลักษณะคล้ายตัวสัตว์ เช่น หนู กระรอกกระแต กระต่าย ชะนี ฯลฯ



ภาพที่ 0.24 มาลัยตัวสัตว์

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

2) มาลัยลูกโซ่ หมายถึง มาลัยที่ร้อยจากมาลัยกลมหรือมาลัยซี่ก แล้วนำเอามาผูกคล้องต่อกันตั้งแต่ 2 วงขึ้นไป ให้มีลักษณะเป็นห่วง ๆ คล้องกันคล้ายโซ่



ภาพที่ 0.25 มาลัยลูกโซ่

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

3) มาลัยเปีย เปีย หมายถึง มาลัยที่ร้อยจากมาลัยกลมและมาลัยตุ้ม นำมาประกอบเข้าเป็นพวงโดยเอามาลัยกลมผูกต่อกันเป็นวงอยู่ตรงกลาง ส่วนบนและล่างร้อยต่อกับมาลัยตุ้มด้านละ 1 ตุ้ม



ภาพที่ 0.26 มาลัยเปีย

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

4) มาลัยครุย หมายถึง มาลัยที่ร้อยจากมาลัยกลมขนาดใหญ่ มีอุบะตั้งตั้ง ระบายเป็นครุย โดยรอบทั้งด้านในและด้านนอก



ภาพที่ 0.27 มาลัยครุย

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะพะลิน (2552)

2.3.2.4 ส่วนประกอบของมาลัย

ส่วนประกอบของมาลัย โดยทั่วไปมาลัยมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

- 1) ตัวมาลัย คือ ส่วนที่อยู่ตรงกลางมาลัย อาจใช้เป็นมาลัยกลม มาลัยแบน มาลัยรี มาลัยสามเหลี่ยม มาลัยสี่เหลี่ยมและมาลัยตุ้ม
- 2) อุบะ คือ ส่วนที่ตกแต่งตัวมาลัยเพื่อเพิ่มความสวยงาม นิยมใช้ห้อยประดับพวงมาลัย ได้แก่ อุบะแขก อุบะพู่ และอุบะตั้งตั้ง (สำหรับห้อยมาลัยตุ้ม)



ภาพที่ 0.28 ส่วนประกอบมาลัย

ที่มา: มณีรัตน์ จันทนะผะลิน (2552)

3) มาลัยชีก คือ มาลัยชนิดหนึ่ง มีลักษณะรูปทรงตามขวางเพียงเส้นยาวหนึ่งถึงครึ่งวงกลมสำหรับนำไปผูกมัดเป็นมาลัยลูกโซ่ หรือสำหรับผูกปิดรอยต่อของตัวมาลัยกับอุบะเพื่อให้เกิดความสวยงามยิ่งขึ้นที่ใช้ผูกมัดรอยต่อระหว่างตัวมาลัยกับอุบะนั้น ควรเป็นชีกที่มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับตัวมาลัย แต่ก็ไม่ควรเล็กจิ๋วหรือใหญ่โตเกินไป ซึ่งมองดูแล้วจะทำให้สัดส่วนของพวงมาลัยไม่ดีเท่าที่ควร

4) ริบบิ้นหรือโบ คือ ส่วนที่ผูกติดกับมาลัยสำหรับคล้องคอ หรือแทนหูหิ้ว มักใช้กับมาลัยสองขายนับว่าเป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่ง สำหรับพวงมาลัยที่ใช้คล้องคอ มาลัยขำร่วยมาลัยมือถือที่ให้แก่ประธานหรือแขกผู้ใหญ่

2.3.2.5 วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ มีดังนี้

- 1) ดอกไม้
- 2) ใบไม้

3) เข็มมัลลย์และด้าย มี 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กและใหญ่ ใช้กับด้ายขนาดเดียวกัน

4) วาสลีน ใช้สำหรับทาเข็มมัลลย์ก่อนร้อย และก่อนจะรูดมัลลย์ออกจากเข็ม

5) กรรไกร ขนาดเล็กปลายแหลมใช้ตัดกลีบดอกไม้และใบไม้ ส่วนขนาดกลางใช้ตัดใบตองและด้าย

6) คีม ใช้สำหรับจับเข็มมัลลย์ขณะที่รูดมัลลย์ออกจากเข็ม

7) ฉีดยา ใช้สำหรับพรมดอกไม้และใบไม้เพื่อไม่ให้เหี่ยว

8) ผ้าขาวบาง ใช้สำหรับคลุมดอกไม้เพื่อให้สดอยู่ได้นาน

2.3.2.6 ดอกไม้และใบไม้สำหรับร้อยมัลลย์

1) ชนิดของดอกไม้และใบไม้ที่ใช้ร้อยมัลลย์

ดอกไม้ที่ใช้ร้อยทั้งดอก ได้แก่ ดอกพุดตุ้ม มะลิตูมบานไม่รู้โรย พุทธรักษา ดอกกรัก เล็บมือนาง เขี้ยวกระแต ชบาหนู ประทัด ฯลฯ

ดอกไม้ที่ใช้กลีบร้อย ได้แก่ กุหลาบ บานบุรี หงอนไกรกระเร่ เฟื่องฟ้า แพงพวย ฯลฯ

ใบไม้ที่ใช้ร้อยมัลลย์ ได้แก่ ใบกระป้อ ใบโกสน ใบแก้ว ใบมะยม ชบาต่าง ใบตองอ่อน กาบพลับพลึง ใบก้ามปู ฯลฯ

2) การเก็บรักษาดอกไม้และใบไม้

การเก็บดอกไม้จากต้น ควรเก็บตอนเช้าตรู่ก่อนพระอาทิตย์ขึ้น หรือตอนพลบค่ำ การตัดใบตองควรตัดทิ้งไว้ล่วงหน้าก่อนใช้เพื่อให้ใบตองนิ่มโดยผึ่งไว้ในที่ร่ม

ดอกพุดตุ้ม ให้ล้างด้วยน้ำแกว่งสารส้ม ใส่ตะแกรงเกลี่ยไว้ในที่ร่ม

ดอกกุหลาบ ตัดก้านกุหลาบเฉียง ๆ ในน้ำเพื่อช่วยให้ก้านดูดน้ำได้มากขึ้น ควรใช้กรรไกรคม ๆ ตัดแล้วห่อก้านด้วยใบตองแช่น้ำที่สะอาด ๆ ไว้วางในที่อากาศโปร่งเย็นไม่มีลมโกรก คอยพรมน้ำอยู่เสมอ

ดอกกรัก อย่าพรมน้ำ ใส่ตะแกรงคลุมด้วยผ้าขาวบางที่พรมน้ำพอชื้น

ดอกพุทธรักษาและดอกเขี้ยวกระแต ห่อรวมกันแน่น ๆ ใส่กระถางไว้ไม่ต้องพรมน้ำวางไว้ในที่เย็น

ดอกบานไม่รู้โรย ไม่ต้องแก้มัดดอก ตัดก้านให้เท่ากันแล้วแช่ก้านไว้ในน้ำพรมน้ำที่ดอก ใช้ผ้าขาวบางพรมน้ำให้ชุ่มปิดไว้

ดอกจำปีดอกจำปา เต็ดเกสรข้างในออก ดอกจะไม่บาน ใส่กระถางหรือถ้าต้องการรักษารูปทรงให้เรียงดอกห่อด้วยใบตองแน่นแล้วพรมน้ำ หรือใช้ผ้าขาวบางพรมน้ำคลุมไว้

ดอกกล้วยไม้ ไม่ควรพรมน้ำที่ดอก เพราะจะทำให้ดอกเปลี่ยนสี เช่น ดอกแวนด้าสีม่วง จะกลายเป็นสีขาว

2.3.2.7 การเลือกดอกไม้ ใบไม้ และวัสดุตกแต่ง

นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่เราควรคำนึงถึง เช่น การปลิดกลีบกุหลาบไม่ให้ ข้าจะช่วยให้อายุยืนนานทีเดียวมีขั้นตอนดังนี้ มือซ้ายจับก้านกุหลาบคว่ำลง มือขวาจับกลีบกุหลาบ ชั้นบนแล้วค่อยดึงเข้าหาตัว หมุนก้านกุหลาบออกข้างนอกอย่างช้า ๆ กลีบกุหลาบก็จะหลุดออกโดยไม่บอบช้ำตามที่ต้องการ

การพับกลีบกุหลาบโดยพับเอาโคนกลีบออกข้างนอกเวลาร้อย การพับกลีบกุหลาบ ควรเลือกกุหลาบที่มีโคนกลีบสวย ไม่มีรอยเว้าแหว่ง ถ้าโคนกลีบขึ้นข้างบน พับทบครึ่งตามความยาวของกลีบ (เอาด้านสีเข้าไว้ข้างใน) แล้วพับกลีบกลับออกมาทั้งสองข้าง

การพับกลีบใบไม้ ใบไม้ที่ใช้ในการร้อยมาลัย มีวิธีในการพับกลีบในแบบต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับชนิด ลักษณะ และรูปทรงของดอกไม้และใบไม้ที่เราถืออยู่ว่า เหมาะสมกับการพับแบบใดมากที่สุด ก็ควรใช้วิธีการพับแบบนั้น ๆ ตามโอกาสอันควรด้วย เพราะดอกไม้ ใบไม้ แต่ละท้องถิ่นแต่ละฤดูกาลนั้นย่อมหาได้ง่ายและยากไม่เหมือนกัน

ความสดของดอกไม้

ดอกไม้และใบไม้ที่ใช้ในการร้อยมาลัย ควรต้องสดและใหม่อยู่เสมอ ควรได้รับการดูแลรักษาที่ดีอย่างถูกต้องตามธรรมชาติของดอกไม้ชนิดนั้น ๆ ด้วย ควรหลีกเลี่ยงการจับต้องอย่างแรง และในระหว่างการร้อยมาลัยนั้นก็ควรจับต้องดอกไม้ ใบไม้อย่างเบามือ เพื่อจะได้ไม่เกิดรอยชำรุดเสียหาย สามารถจะคงความสดสวยอยู่ได้นานเท่าที่ควร

ความสวยงามของมาลัย

ความสวยงามของมาลัยนั้นย่อมจะต้องขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้

1) สัดส่วนของมาลัย มาลัยแต่ละแบบแต่ละชนิดนั้นย่อมมีสัดส่วนที่เฉพาะในพวงนั้น ๆ ซึ่งไม่อาจกล่าวเป็นตัวเลขที่กำหนดเป็นกฎเกณฑ์ได้ตายตัวแน่นอน แต่ต้องคำนึงถึงสัดส่วนเป็นสำคัญอันดับแรก โดยจะต้องคำนึงถึงขนาดของมาลัยต่อความยาวของอุบะ จำนวนขาของอุบะที่ใช้ ขนาดของมาลัยซิกที่จะใช้รัด และส่วนประกอบอื่น ๆ ทุกชิ้น ควรจะต้องได้สัดส่วนกันเสมอ จึงจะเกิดความงามได้

2) สีของมาลัย สีของดอกไม้ ใบไม้ที่ร้อยมาลัยก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งเช่นกัน ควรจะเป็นสีที่สดใสไม่เศร้าหมอง ในมาลัยแต่ละชุดแต่ละแบบนั้น ควรจะใช้สีที่มีความกลมกลืนเข้ากันได้บางส่วน แต่บางส่วนที่ควรจะเน้นให้เกิดจุดเด่น ก็ควรจะใช้สีที่ตัดกันจะช่วยเพิ่มความน่าดูและสวยงามขึ้นได้อย่างมาก เช่น มาลัยที่ร้อยใส่ลวดลายต่าง ๆ ควรจะเลือกใช้สีที่ตัดกันเพื่อจะได้เน้นลายให้เด่นชัดขึ้นอย่างชัดเจน

3) ฝีมือการร้อย ควรจะต้องมีความประณีตตั้งแต่การตัดกลีบ (สำหรับดอกไม้ ใบไม้บางชนิด) การพับกลีบ การส่งกลีบ การร้อยเรียงลำดับได้เรียบเสมอกัน การผูกมัดไว้ให้เรียบร้อย สิ่งเหล่านี้ถ้าทำด้วยความประณีตจะทำให้เกิดความสวยงามได้อีกประการหนึ่งเช่นกัน

4) ความสดของดอกไม้ ดอกไม้หรือใบไม้ที่ใช้ในการร้อยมาลัย ควรจะต้องสดและใหม่อยู่เสมอ ควรได้รับการดูแลรักษาที่ได้อย่างถูกต้องตามธรรมชาติของดอกไม้ชนิดนั้น ๆ ด้วย ควรหลีกเลี่ยงการจับต้องอย่างแรง และในระหว่างการร้อยมาลัยนั้นก็ควรจับต้องดอกไม้ ใบไม้อย่างเบามือ เพื่อจะได้ไม่เกิดรอยชำร่วยเสียหาย สามารถจะคงความสดอยู่ได้นานเท่าที่ควร

2.3.2.8 วิธีการแต่งตัวมาลัย

เมื่อร้อยมาลัยครบทุกส่วนแล้วจึงนำส่วนประกอบต่าง ๆ นั้นมาผูกมัดเข้าด้วยกันจนกระทั่งสำเร็จเป็นพวงที่สมบูรณ์ ซึ่งมีหลักทั่วไปดังนี้

- 1) สืบและตกแต่งตัวมาลัยให้เรียบร้อย
- 2) ผูกอุบะกับตัวมาลัย
- 3) ผูกมาลัยซีกปิดรอยต่อระหว่างอุบะกับมาลัย
- 4) ผูกมาลัยกับริบบิ้น (ถ้าเป็นมาลัยที่ผูกกับริบบิ้น เช่น มาลัยสองชาย มาลัยชายเดี่ยวผูกกับริบบิ้นสำหรับถือ และมาลัยชำระ)

การเก็บรักษามาลัยที่ทำเสร็จแล้ว

มาลัยที่ทำเสร็จเรียบร้อยแล้ว ถ้ายังไม่ถึงเวลาที่จะใช้ก็ควรจะต้องมีวิธีการเก็บรักษาที่ดีเพื่อให้พวงมาลัยสดสวยอยู่ได้นานเท่าที่ควร ซึ่งมีหลายวิธีด้วยกันคือ

- 1) วางในภาชนะที่รองด้วยใบตอง แล้วคลุมด้วยผ้าขาวบางชุบน้ำบิดให้หมาด ๆ เก็บไว้ในที่เย็นแต่ลมไม่โกรก วิธีนี้นิยมใช้กับการเก็บระยะเวลาไม่นานนัก
- 2) ใส่ถุงพลาสติกวางหรือแขวนไว้ในที่เย็น แต่ลมไม่โกรก วิธีการนี้นิยมใช้กับการเก็บในระยะเวลาานานกว่าวิธีการแรก

3) ใส่ถุงพลาสติกเก็บไว้ในช่องเก็บผักสดของตู้เย็น วิธีการนี้ใช้กับวิธีการเก็บในระยะเวลาานานสักหน่อย เช่น การเก็บนานหลาย ๆ ชั่วโมงหรือการเก็บค้างคืน

การทำดอกชำ

ดอกชำ คือ ดอกไม้ที่ประดิษฐ์จากกลีบดอกไม้ให้มีรูปร่างลักษณะเป็นตุ้มค่อนข้างยาวปลายรีแหลมคล้ายกับดอกชำจริง ใช้สำหรับทำดอกตุ้มของอุบะ

ดอกไม้ที่นิยมใช้ทำดอกชำ ได้แก่ กุหลาบ พุด มะลิ ดอกไม้อื่นบางชนิดก็สามารถนำมาทำดอกชำได้ แต่ว่ายังไม่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากใช้เวลาในการประดิษฐ์มากหรือทำแล้วไม่คงทนต่อการใช้เท่าที่ควร

2.3.2.9 ประโยชน์ของพวงมาลัย

- 1) ใช้สำหรับคล้องคอ เช่น คล้องคอเจ้าบ่าว-เจ้าสาว ในงานแต่งงาน การแสดงความยินดีหรือต้อนรับแขก หรือเป็นเกียรติแก่ผู้มีชัยชนะในการประกวดต่าง ๆ หรือสำหรับมอบให้กับบุคคลผู้มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการรับขวัญ หรือเพื่อเป็นการแสดงออกซึ่งความรักและศรัทธา ความนิยมชมชอบ เช่น บุคคลสำคัญ บุคคลดีเด่น หรือดาราที่เป็นขวัญใจประชาชน
- 2) ใช้สำหรับคล้องคอเพื่อแสดงความยินดีหรือต้อนรับแขก เช่น การต้อนรับแขกต่างประเทศ อาจใช้มาลัยลงรายสำหรับคล้องคอ ในตอนที่ไปรับที่สนามบินเพื่อเป็นการบ่งบอกหรือแสดงออกถึงความยินดีที่บุคคลนั้น ๆ ได้มาเยี่ยมชม
- 3) ใช้สำหรับคล้องคอหรือสวมคอเพื่อแสดงถึงความยินดี หรือเป็นเกียรติแก่ผู้มีชัยชนะในการประกวดต่าง ๆ ความงาม การประกวดร้องเพลง หรือการประกวดการแสดงต่าง ๆ ส่วนใหญ่มักจะนิยมมาลัยสองชาย หรืออาจจะเป็นมาลัยพวงดอกไม้สวย ๆ ก็ได้
- 4) ใช้สำหรับคล้องคอ หรือสวมคอเพื่อแสดงความยินดี หรือเป็นเกียรติแก่ผู้มีชัยชนะในการแข่งขันต่าง ๆ การแข่งขันกีฬา กรีฑา และการละเล่นต่าง ๆ ส่วนใหญ่มักนิยมใช้มาลัยสองชาย หรือมาลัยสำหรับสวมกัน
- 5) ใช้สำหรับมอบให้แก่บุคคลผู้มีชื่อเสียงเพื่อเป็นการรับขวัญ หรือเพื่อเป็นการแสดงออกซึ่งความรักและศรัทธา ความนิยมชมชอบ เช่น บุคคลสำคัญ บุคคลดีเด่น หรือดาราที่เป็นขวัญใจของประชาชน ส่วนใหญ่ก็นิยมใช้มาลัยสองชาย มาลัยสำหรับสวมคอ หรือมาลัยคล้องมือ
- 6) ใช้สำหรับทูลเกล้าฯ ถวายในการรับเสด็จ ในการเข้าเฝ้าตามโอกาสที่เหมาะสมส่วนใหญ่นิยมใช้มาลัยคล้องมือ หรือที่เรียกว่า “มาลัยข้อพระกร”
- 7) ใช้สำหรับมอบให้แก่ประธานหรือแขกผู้ใหญ่ในงาน เช่น งานรดน้ำสังข์ แก่คู่บ่าวสาว งานมอบประกาศนียบัตร งานมอบทุนต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งมักใช้มาลัยคล้องมือ หรือมาลัยมือถือ
- 8) ใช้สำหรับเป็นของขวัญแก่แขกที่มาในงานรดน้ำสังข์แก่คู่บ่าวสาวในงานมงคลสมรส ที่นิยมใช้คือ มาลัยขำร่วยขนาดเล็กกระชุ่มกระจิม หรือมาลัยตัวสัตว์ขนาดเล็กก็น่ารักและสวยงามดี
- 9) ใช้สำหรับสวมคอในงานปะเพณีพื้นบ้านของไทยบางท้องถิ่น เช่น ภาคเหนือ พวงดอกมะลิสวมคล้องที่คอ เช่น งานเลี้ยงขันโตก งานทำบุญในวันสงกรานต์ ประเพณีรดน้ำดำหัวผู้ที่มาร่วมในงานนั้นต่างก็สวมมาลัยพวงดอกมะลิ ซึ่งก็เป็นเอกลักษณ์แบบไทยที่ดีและน่าภูมิใจ เพราะนอกจากจะสวยงามดีแล้วยังส่งกลิ่นหอมเพื่อสร้างบรรยากาศในงานนั้นให้สดชื่น สนุกสนานยิ่งขึ้นอีกด้วย
- 10) ใช้แขวนประตู หน้าต่าง หรือเพดานตามช่องแคบ ๆ แทนเครื่องแขวนชนิดเล็ก ๆ เช่น มาลัยไซ่ มาลัยเปีย

- 11) ใช้ห้อยแทนเฟื่องดอกกรัก เช่น มาลัยแบน มาลัยกลม มาลัยตัวหนอน และมาลัยรี
- 12) ใช้บูชาพระพุทธรูป หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ เช่น มาลัยชายเดี่ยว หรือ มาลัยสองชาย จะใช้เล็กใหญ่ขนาดใดย่อมแล้วแต่ความเหมาะสมเป็นสำคัญ
- 13) ใช้แขวนหรือห้อยประดับเครื่องดนตรีไทยในเวลาที่จะเล่น นอกจากนั้น ยังเป็นการกราบระลึกถึงครูบาอาจารย์ผู้ให้ความรู้ และอีกประการหนึ่งก็เป็นมิ่งขวัญกำลังใจอีกด้วย ที่นิยมใช้ก็คือ มาลัยซีก หรือมาลัยกลมขนาดเล็กมีอุบะห้อยเป็นชาย
- 14) ใช้ในการประกอบทำรำของการรำไทยบางชุด เช่น ฟ้อนมาลัย รจนา เสียงพวงมาลัย หรือชุดเจ้าเงาะรจนา ฯลฯ ซึ่งก็นิยมใช้มาลัยชายเดี่ยวพวงขนาดเล็ก อาจเป็นมาลัยซีก หรือมาลัยกลมก็ได้
- 15) ใช้ในพิธีบวงสรวงเทพยดาต่าง ๆ เช่น พิธีบวงสรวง พิธีแก้บน มักจะ นิยมใช้มาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชาย หรือมาลัยพวงดอกไม้ได้ เช่น มาลัยสามสี มาลัยเจ็ดสีเจ็ดดอก
- 16) ใช้สำหรับตกแต่งรัตนมยุขม เช่น มาลัยซีกดอกมะลิหรือมาลัยซีกกลีบ กุหลาบ
- 17) ใช้ประดิษฐ์เป็นดอกไม้สำหรับจัดแจกัน หรือจัดตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เช่น มาลัยตุ้มใส่ก้านแข็ง มาลัยซีกผูกมัดเป็นดอกไม้
- 18) ใช้ในการคารวะผู้ที่เคารพนับถือ ที่ได้ล่วงลับไปแล้ว เช่น ห้อยคล้อง กรอบรูป ซึ่งมักจะนิยมใช้มาลัยสองชายริบบิ้นสีดำหรือขาว
- 19) ใช้ในการประดับตกแต่งงานดอกไม้สดต่าง ๆ เช่น มาลัยกลม มาลัยแบน มาลัยตัวหนอน มาลัยลูกโซ่
- 20) ใช้ในการตกแต่งสิ่งต่าง ๆ บางโอกาส เช่น รัตนฐานพระพุทธรูป รัตนูป แพเทียนแพ รัตเภาโกศ ส่วนใหญ่มักนิยมใช้มาลัยซีก มาลัยกลม และมาลัยแบนใช้มาลัยสองชายหรือ มาลัยชายเดี่ยว
- 21) ใช้แขวนหรือห้อยหน้ารถ หัวเรือ รูปปั้นอนุสาวรีย์บุคคลสำคัญ หรือ สิ่งเคารพบูชาต่าง ๆ ส่วนใหญ่นิยม
- 22) ใช้ในการประดับตกแต่งเวที หรือสถานที่ในงานพิธี เช่น ตกแต่งเวที ที่ประทับในงานพระราชทาน ตกแต่งอาหารในงานเลี้ยงรับรองพิธีใหญ่ ๆ ตกแต่งโต๊ะอาหารในงานเลี้ยงฉลองมงคลส่วนใหญ่นิยมใช้ คือ มาลัยกลม มาลัยแบน มาลัยรี มาลัยตัวหนอน และมาลัยตุ้ม

2.3.2.10 มาลัยในรูปแบบต่าง ๆ



ภาพที่ 0.29 มาลัยชายเดี่ยว
ที่มา: ชุมสาย สวนสิริ (2534)



ภาพที่ 0.30 มาลัยสองชาย
ที่มา: ชุมสาย สวนสิริ (2534)



ภาพที่ 0.27 มาลัยข้าวสวย
ที่มา: ชุมสาย สนวนสิริ (2534)

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น และมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ ซึ่งการออกแบบครอบคลุมถึงการออกแบบวัตถุ ระบบ หรือปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ การออกแบบนั้นมีความจำเป็นที่ต้องพิจารณาด้านสุนทรียศาสตร์ ประโยชน์ใช้สอย หลักเศรษฐศาสตร์ และมุมมองสังคมการเมือง ทั้งในสิ่งที่ออกแบบและขั้นตอนการออกแบบ การออกแบบอาจเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล ความคิด การทำแบบจำลอง การปรับแก้แบบแบบมีปฏิสัมพันธ์ และการรีออกแบบใหม่ (re-design)

2.4.1 สี

2.4.1.1 ความหมายของงสี

สมเกียรติ ตั้งนโม (2552) ได้กล่าวถึงทฤษฎีสีไว้ว่า ลักษณะของวัตถุที่กระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยา คือ มีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้ การที่ได้เห็นสีจากสายตา สายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่นร้อน ตื่นเต้น เศร้า สีมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดู มนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลาเพราะทุกอย่างที่อยู่รอบตัวนั้นล้วนแต่มีสีสันทกต่างกันอย่างมากมาย สีเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อประโยชน์กับตนเองและผู้สร้างงานจิตรกรรม เพราะเรื่องของสีนั้นมีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์ จึงควรทำความเข้าใจวิทยาศาสตร์ของสีจะบรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้น ถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้ว งานศิลปะก็จะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

สีในงานศิลปะที่เราใช้กันนั้น โดยมากมักเป็นสีประเภทสำเร็จรูป กล่าวคือ เมื่อเปิดขวดขึ้นมาก็สามารถนำมาใช้ได้ทันทีจนทำให้เราขาดทักษะความรู้ด้านการผสมสีให้ได้มาซึ่งสีในรูปแบบต่าง ๆ นับแต่อดีตกาล มนุษย์เรารู้จักการใช้สีในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัว เช่นว่า การนำเอาสีของยางไม้ไปเขียนตามผนังถ้ำทั้งแบบตั้งใจและไม่ตั้งใจศิลปินสมัยก่อน ๆ เห็นว่าเรื่องของสีเป็นเรื่องยุ่งยาก ทำให้การสร้างสรรค์งานศิลปะในยุคก่อนไม่ค่อยคำนึงถึงกฎเกณฑ์หรือหลักการเท่าไรนัก

ในยุคโบราณสีที่ใช้เป็นอุปกรณ์ในการเขียนภาพ ไม่ได้ได้มาจากกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ แต่ได้จากการนำเอาวัตถุที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาทำให้เกิดสี เช่น สีแดง ได้จากยางไม้ ดินแดง หรือหินสีมาบด หรือแม้บางครั้งก็นำมาจากเลือดของสัตว์ สีขาวได้จากดินขาว สีดำได้จากการนำเอาเขม่าจากก้นภาชนะมาละลายน้ำ สีครามได้จากดอกไม้บางชนิด สีเหลืองได้จากดินเหลืองหรือยางรงซึ่งในยุคนี้ไม่ค่อยนิยมนำมาใช้ในการเขียนภาพแต่ักจ่านำสีที่ได้มาใช้ในการย้อมผ้า แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อ วิถีทางวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติว่านิยมนำสีที่ได้มาใช้ในการสร้างสรรค์อย่างไร เช่น ชาวจีนไม่ค่อยนิยมที่จะเขียนภาพด้วยสีเท่าไรนัก แต่กลับนิยมเขียนภาพด้วยหมึกดำ ส่วนชนชาติไทยเรานิยมใช้หลายสีแต่ไม่มากนัก เพราะสีที่หาได้จะมีจำนวนจำกัดเท่าที่หาได้จากธรรมชาติ ได้แก่ สีดำ สีขาว สีแดง และเหลือง ภาพเขียนเก่าแก่ของไทยจากกรุปราสาทหินวัดมหาธาตุยุยงราชรังสฤษฎิ์ ราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร ต่อมาในยุคหลัง ๆ ที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมีการคิดค้นและผลิตสีต่าง ๆ ออกมามากมายหลายชนิด ทำให้การใช้สีนั้นกลายเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยากเพราะว่าสีบางสีมีความสดและเข้มข้น ๆ กัน ทำให้เข้ากันไม่ได้เกิดความขัดแย้งและไม่เหมาะสม ขาดความนุ่มนวล ดังนั้นผู้เขียนจึงควรรู้จักหลักเกณฑ์ในการ รู้กฎเกณฑ์ในการใช้สีพอสมควร จึงจะทำให้การสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะดูสวยงามและมีคุณค่า (กระทรวงวัฒนธรรม, 2558)

2.4.1.2 ความสำคัญของสี

สี คือ ลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็น ในทางวิทยาศาสตร์ให้คำจำกัดความของสีว่า เป็นคลื่นแสงหรือความเข้มของแสงที่สายตาสามารถมองเห็น ในทางศิลปะสี คือ ทศนธาตุอย่างหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานศิลปะ และใช้ในการสร้างงานศิลปะโดยจะทำให้ผลงานมีความสวยงาม ช่วยสร้างบรรยากาศ มีความสมจริง เด่นชัดและน่าสนใจมากขึ้น

สีเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของงานศิลปะ และเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก อารมณ์ และจิตใจ ได้มากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ในชีวิตของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสีต่าง ๆ อย่างแยกไม่ออกโดยที่สีจะให้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น

- 1) ใช้ในการจำแนกสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เห็นชัดเจน

- 2) ใช้ในการจัดองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสวยงามกลมกลืน เช่น การแต่งกายการจัดตกแต่งบ้าน
- 3) ใช้ในการจัดกลุ่ม พวก คณะ ด้วยการใช้อย่างต่าง ๆ เช่น คณะสี เครื่องแบบต่าง ๆ
- 4) ใช้ในการสื่อความหมาย เป็นสัญลักษณ์ หรือใช้บอกเล่าเรื่องราว
- 5) ใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะ เพื่อให้เกิดความสวยงาม สร้างบรรยากาศสมจริง และน่าสนใจ
- 6) เป็นองค์ประกอบในการมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์

2.4.1.3 การใช้สีในยุคสมัยต่าง ๆ

อียิปต์โบราณ ในสมัยอียิปต์โบราณ การใช้สีมีความสัมพันธ์กับพิธีกรรมและเรื่องราวที่เกี่ยวกับศาสนาการระบายสีไม่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงทางทัศนียวิทยาหรือหลักความเป็นจริงเป็นภาพที่ไม่มีแสงเงา เป็นรูปแบบระบายสีที่สว่างสดใส มองเห็นชัดเจน โดยใช้เทคนิคสีฝุ่นผสมไข่ขาว (egg tempera) หรือใช้ไข่ขาวเคลือบบนผิวที่เขียนด้วยสีฝุ่นผสมน้ำ

กรีกโบราณผลงานในสมัยกรีกโบราณที่เห็นชัดเจน ได้แก่ งานประติมากรรมและสถาปัตยกรรม จะพบเห็นงานจิตรกรรมค่อนข้างน้อย ไม่ค่อยปรากฏงานจิตรกรรมฝาผนัง แต่จะพบในงานวาดภาพระบายสี ตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา จะนิยมใช้สีเพียง 2 – 3 สี คือ ขาว เหลือง แดง และเคลือบดำ

โรมันโบราณ นิยมสร้างภาพบนผนังและพื้นห้องประดับด้วยโมเสค (Mosaic) สำหรับการวาดภาพใช้เทคนิค ผสมไข (Encaustic painting) ซึ่งเป็นการใช้สีผสมกับไข่ ระบายในขณะที่ยังร้อน ๆ จากการค้นพบหลักฐานผลงานในสมัยโรมันหลาย ๆ แห่ง นิยมสร้างเป็นภาพในเมืองชนบท ภูเขา ทะเล การต่อสู้ กิจกรรมของพลเมือง การค้าขาย กีฬา เรื่องเกี่ยวกับนินาย ปรัมปรา และประวัติศาสตร์

คริสเตียนยุคแรก ในยุคไบเซนไทน์ (Bizantine) ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของคริสเตียนนิยมสร้างภาพโดยใช้โมเสคกระจก (Glass Mosaic) ทำเป็นภาพบุคคลสำคัญในพระคัมภีร์ไบเบิล ประดับตกแต่งภายในโบสถ์ โดยมากมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงถึงความศรัทธาอย่างสูงต่อศาสนาคริสต์

2.4.1.4 การใช้สีในจิตรกรรมไทย

ภาพจิตรกรรมฝาผนังของไทยในระยะแรกสมัยอยุธยาใช้สีในวรรณะเอกรงค์สีที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ หมวดสีแดง ได้แก่ สีแดงชาด สีดินแดง และใช้สีง่าย ๆ เพียงไม่กี่สี คือ หมวดสีแดง หมวดสีดำ หมวดสีขาว ต่อมาเมื่อมีการติดต่อกับต่างประเทศ ทำให้มีสีต่าง ๆ เพิ่มขึ้นในสมัยอยุธยาตอนกลางและตอนปลาย ปรากฏสีเพิ่มหลายสี คือ หมวดสีน้ำเงิน หมวดสีเขียว

ในจิตรกรรมสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จิตรกรรมฝาผนังได้รับแบบแผนมาจากสมัยอยุธยา ส่งต่อเทคนิควิธีการให้แก่สมัยรัตนโกสินทร์แทบทุกอย่างเนื่องจากด้วยช่างหลวงตกค้างมาจากกรุงเก่าได้มีโอกาสสร้างงานจิตรกรรมสืบต่อมาอย่างไม่ขาดสายและเริ่มผันแปรเป็นของตนเองในสมัยรัชกาลที่ 3 และรัชกาลที่ 4 (น.ณ ปากน้ำ, 2538) มีลักษณะที่เหมือนกัน คือ การใช้เส้นที่มีพลังหนักแน่นแข็งกร้าว แสดงอารมณ์อ่อนไหวของช่างเขียนสอดแทรกลงไปในผลงานอย่างชัดเจน การระบายสี การจัดวางองค์ประกอบในภาพ ตลอดจนลวดลายที่สอดใส่ประดับประดาภาพบุคคล ลักษณะของเส้นและสีที่เขียนขึ้นอย่างง่าย ๆ ไปตามยุคสมัยนั้น ทั้งสีพูนรงค์และสีเอกรงค์ การปิดทองเน้นจุดที่มีความสำคัญ รวมทั้งการเขียนภาพคน อากัปกริยาท่าทางที่เคลื่อนไหวสอดสลับรับกัน การใช้สีส่วนใหญ่จะใช้หมวดสีแดงในการเน้นองค์ประกอบของภาพที่เป็นเหตุการณ์ และใช้สีพื้นหลัง ของทั่วภาพมีความเป็นรูปแบบที่เหมือนจริงมากขึ้นโดยได้รับอิทธิพลจากศิลปะตะวันตกเข้ามาผสมผสานกับจิตรกรรมไทยประเพณี ทำให้เกิดผลงานที่มีลักษณะผสมผสาน ระหว่างศิลปะตะวันตกกับศิลปะประจำชาติ

ภาพจิตรกรรมสมัยอยุธยาตอนต้นมีการใช้สีเพียงไม่กี่สี เรียกว่า สีเอกรงค์ แต่ในสมัยอยุธยาตอนปลายมีการติดต่อค้าขายกับชาวต่างประเทศจึงทำให้จิตรกรรมสมัยอยุธยาตอนปลายปรากฏมีวรรณะสีเป็นพูนรงค์ มีความหลากหลายของสี การนำเข้าสีจากประเทศต่าง ๆ เช่น สีแดงชาด และสีเขียวจากจีน สีดินแดงเทศจากอินเดียกับเปอร์เซีย และสีน้ำเงินจากยุโรป เป็นต้น จึงทำให้งานจิตรกรรมสมัยอยุธยามีสีสดดงาม ทำให้ได้รับอิทธิพลของแนวคิดและแบบอย่างบางประการเข้ามาผสมผสานไว้ในจิตรกรรมไม่น้อย เช่น การเขียนภาพทิวทัศน์ มีภาพต้นไม้ ภูเขา ต้นไม้ โขดหินแบบจีน มีการนำสีเขียว สีฟ้า สีม่วงเข้ามาใช้ทำให้ภาพดูมีชีวิตชีวา (สันติ, 2555) จึงทำให้วิวัฒนาการ

การใช้สีในงานจิตรกรรมฝาผนัง มีการพัฒนาเรื่องของสีที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิมมีเพียงไม่กี่สี วิวัฒนาการการใช้สีที่มีคุณค่าและความหมายทำให้เกิดคุณค่าทางสุนทรียภาพสีและโครงสร้างเป็นลักษณะเด่นของยุคสมัยนั้น ๆ ที่ส่งต่อกันมาของช่างเขียนและมีการพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยโดยได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต ภาพจิตรกรรมฝาผนังซึ่งเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผ่านการเล่าเรื่อง ทำให้ภาพแสดงออกถึง ความศรัทธาที่มีต่อพระพุทธศาสนา

การใช้สีแบบไทย ซึ่งมีคุณค่าและความหมายทางสุนทรียะ ทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งช่างเขียนมีกระบวนการใช้สีที่สะท้อนถึงบุคลิกภาพของไทย บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย แสดงถึงภูมิปัญญาและจิตวิญญาณไทย ผลงานจิตรกรรมไทยแสดงภาพลักษณ์เพื่อตอบสนองความศรัทธานั้น จินตภาพในแบบอุดมคติ สุนทรียะทางด้านเนื้อหาสาระ คุณค่าของสีต่าง ๆ ของช่างโบราณที่สร้างสรรค์งานจิตรกรรมไทย ด้วยความเลื่อมใสศรัทธาล้วนเป็นสิ่งที่มีความคุณค่าทางกระบวนการและวิธีการคิด

2.4.1.5 สีตัดกัน

สีตัดกัน หมายถึง สีที่จะทำให้ความรู้สึกที่ตัดกันรุนแรง สร้างความเด่น และเร้าใจได้มากแต่หากใช้ไม่ถูกหลัก หรือไม่เหมาะสม หรือใช้จำนวนสีมากเกินไป ก็จะทำให้ความรู้สึกพร่ามัว ลายตา ขัดแย้ง ควรใช้สีตรงข้าม ในอัตราส่วน 80% ต่อ 20% หรือหากมีพื้นที่เท่ากันที่จำเป็นต้องใช้ ควรนำสีขาว หรือสีดำ เข้ามาเสริมเพื่อตัดเส้นให้แยกออกจากกันหรืออีกวิธีหนึ่งคือ การลดความสดของสีตรงข้ามให้หม่นลงไปสีตรงข้ามมี 6 คู่ ได้แก่

สีเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วง

สีแดง ตรงข้ามกับ สีเขียว

สีน้ำเงิน ตรงข้ามกับ สีส้ม

สีเขียวเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงแดง

สีส้มเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงน้ำเงิน

สีส้มแดง ตรงข้ามกับ สีเขียวน้ำเงิน

การใช้สีตัดกัน ควรคำนึงถึงความเป็นเอกภาพด้วย วิธีการใช้มีหลายวิธี เช่น ใช้สีให้มีปริมาณต่างกัน เช่น ใช้สีแดง 20 % สีเขียว 80% หรือใช้เนื้อสีผสมในกันและกัน หรือใช้สีหนึ่งสีใดผสมกับสีคู่ที่ตัดกัน ด้วยปริมาณเล็กน้อยรวมทั้งการเอาสีที่ตัดกันมาทำให้เป็นลวดลายเล็ก ๆ สลับกันในผลงานชิ้นหนึ่ง อาจจะใช้สีให้กลมกลืนกันหรือตัดกันเพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจจะใช้พร้อมกันทั้ง 2 อย่าง ทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการ และความคิดสร้างสรรค์ของเรา ไม่มีหลักการ หรือรูปแบบที่ตายตัว

ในงานออกแบบ หรือการจัดภาพ หากเรารู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อน หรือวรรณะเย็น เราจะสามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนงดงามได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อมวลปริมาตร และช่องว่าง สีมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความกลมกลืน หรือขัดแย้งได้ สีสามารถขับเน้นให้ให้เกิดจุดเด่น และการรวมกันให้เกิดเป็นหน่วยเดียวกันได้ เราในฐานะผู้ใช้สีต้องนำหลักการต่าง ๆ ของสีไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง กับเป้าหมายในงานของเรา เพราะสีมีผลต่อการออกแบบ คือ

1) สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลังของแต่ละคน สีบางสีสามารถรักษาบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายในหรือภายนอกอาคาร จะมีผลต่อการ สัมผัส และสร้างบรรยากาศได้

2) สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความประทับใจ และความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น

3) สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดงสัญลักษณ์ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น

4) สีช่วยให้เกิดการรับรู้ และจดจำงานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำในรูปแบบและผลงานหรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องสอดคล้องและมีเอกภาพ

2.4.1.6 สีกลมกลืน

สีกลมกลืน (Harmony) หมายถึง การเรียงคู่กันของสีต่าง ๆ ซึ่งไปด้วยกันโดยไม่ขัดแย้ง หรือตัดกัน ความกลมกลืนของสีแนวทางการใช้สีกลมกลืน คือ การใช้สีแบบประสานกลมกลืนและการใช้สีแบบแตกต่างกัน

การใช้สีกลมกลืน แบ่งได้ 2 ลักษณะการใช้ได้แก่

1) การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors) การใช้สีแบบประสานกลมกลืน วิธีที่ง่ายที่สุดคือ การใช้สีเอกรงค์ สีเอกรงค์ ถ้าพิจารณาตามรูปศัพท์แล้ว จะหมายถึง การใช้สีเดียว หรือสีใดสีหนึ่งในวงล้อสี (Colors Wheel) โดยสีที่ใช้นั้นมีทั้งน้ำหนักอ่อน-แก่ (Lightness Darkness) สดสีหม่น (Brightness-Dullness) การใช้สีวิธีนี้จะมีความกลมกลืนเป็นสีใดสีหนึ่งอย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพ ในการสร้างอารมณ์โดยรวมได้ง่ายด้วยการใช้สีเพียงสีเดียว แต่ในบางครั้งการใช้สีเอกรงค์วิธีนี้ อาจดูไม่มีชีวิตชีวา เพราะขาดความหลากหลายของสี ซึ่งอาจทำให้ไม่มีความน่าสนใจ จืดชืด ไม่มีชีวิตชีวา จึงมีแนวทางการใช้สีเอกรงค์อีกวิธีหนึ่ง คือ การนำสีที่ใกล้เคียงกันกับสีหลักที่ใช้จากวงล้อสีแต่สีที่นำมาใช้ร่วม หรือเป็นสีรองนั้นไม่ควรเกิน 3 สี และต้องลดความเข้ม ความสดใส โดยผสมกับสีตรงข้ามแล้วผสมด้วยสีหลักทุกครั้งก่อน เช่น กำหนดสีเขียวอ่อนเป็นสีหลัก สีที่ใกล้เคียงที่เป็นสีรองในวงสี คือ เหลือง เขียว เขียวน้ำเงิน แต่มักนิยม ใช้เพียงแค่ 3 สี คือ เหลือง เขียวเหลือง เขียว โดยสีรองนี้ต้องนำมาลดค่าความสดใสลงโดยการผสมกับ สีคู่ ตรงกันข้ามในวงสี และที่สำคัญคือใช้ในปริมาณที่น้อยกว่าสีหลัก การใช้สีเอกรงค์วิธีนี้ ทำให้งานออกแบบนั้น มีความน่าสนใจ มีชีวิตชีวา มีความหลากหลายของสีแต่ดูโดยรวมแล้วยังออกเป็นสีเดียว มีจุดเด่นที่สดใสในส่วนที่เป็นสีหลัก

2) การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Relate Colors) สีใกล้เคียง (Relate Colors) หมายถึง สีที่อยู่ใกล้เคียงกันในวงสี เราสามารถกำหนดสีใกล้เคียงได้โดยยึดสีใดสีหนึ่งเป็นหลักก่อนแล้วนับไปทางซ้ายหรือขวาทางใดทางหนึ่ง หรือทั้ง 2 ทาง นับร่วมกับสีหลักแล้วไม่เกิน 4 สี จัดว่าเป็นกลุ่มสีที่กลมกลืน และถ้าจะให้สีกลมกลืนกันที่สุดก็นับเพียง 3 สี เท่านั้น การใช้สีใกล้เคียง มีข้อแนะนำการใช้ 3 วิธี ดังนี้

2.1) ใช้สีใกล้เคียงที่มีความกลมกลืนตามจำนวน 4 สี หรือ 3 สี ที่อยู่ใกล้เคียงกัน เช่น โทนร้อน หรือ โทนเย็นหรือ สีที่มีค่าน้ำหนักไม่แตกต่างกันมากนักได้เลย เพราะสีในกลุ่มนี้จะกลมกลืนกันเป็นธรรมชาติอยู่แล้ว ผลงานที่ออกมาจึงกลมกลืนสัมพันธ์กัน เป็นหน่วยเดียวกัน

2.2) หากต้องการใช้สีกลมกลืน ที่ต้องการเน้นจุดเด่น จุดน่าสนใจในงาน ออกแบบนั้น ควรเลือกสีกลมกลืนที่มีบางสีที่ไม่อยู่ในโทนเดียวกันเช่นมีบางสีอยู่ใน โทนร้อน หรือ โทนเย็นหรือเป็นสีที่มีค่า น้ำหนัก แตกต่างกันและควรให้ใช้สีเหล่านี้ มีปริมาณที่น้อยกว่า สีส่วนรวม

2.3) การใช้สีกลมกลืนที่มีสีจำกัดเพียง 3-4 สี แต่ให้ดูแล้วเหมือนกับการ ใช้สีหลายสี ควรใช้วิธีการให้มีความแตกต่างกันให้มทั้งน้ำหนักอ่อน-แก่ (Lightness Darkness) ทั้งเป็น สีสด สีหม่น (Brightness-Dullness) การใช้สีให้กลมกลืนกัน เป็นการให้สีหรือน้ำหนักของสีให้ ใกล้เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกัน เช่น การใช้สีแบบเอกรงค์ เป็นการให้สี ๆ เดียวที่มีน้ำหนักอ่อนแก่ หลายลำดับการใช้สีข้างเคียง เป็นการให้สีที่เคียงกัน 2-3 สี ในวงสี เช่น สีแดง สีส้มแดง และสีม่วงแดง การใช้สีใกล้เคียงเป็นการให้สีที่อยู่เรียงกันในวงสีไม่เกิน 5 สี ตลอดจนการใช้สีวรรณะร้อนและ วรรณะเย็น (Warm tone colors and cool tone colors)

2.4.2 การออกแบบ

โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2545: 641) ให้ความหมายของ คำว่า “แบบ” หมายถึง สิ่งที่กำหนดให้ถือเป็นหลักหรือแนวดำเนิน ส่วนคำว่า การออกแบบ ที่ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ Design โดย Oxford Advanced Learner's Dictionary ค.ศ. 2005 ให้ความหมายของคำว่า design ไว้ว่า (1) a plan or drawing produced to show the look and function or workings of something before it is built or made. (2) the art or action of producing such a plan or drawing. (3) underlying purpose or planning: the appearance of design in the universe. และ (4) a decorative pattern. (TCDC, 2020)

จากความหมายตามคำข้างต้น ยังมีความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ในแง่มุมที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย โดยหมายถึง ขั้นตอนการ วางแผน รู้จักเลือกใช้วัสดุ และวิธีการเพื่อทำตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบ ลักษณะและคุณสมบัติวัสดุ ตามความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้หมายรวมถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการ สร้างสรรค์หรือผลงานที่ถูกปรับปรุงจากเดิมที่มีอยู่ให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่ขึ้น เป็นต้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ยังมีการให้นิยามเพิ่มเติมขึ้นอีกว่าเป็นการรวบรวม หรือการ จัดองค์ประกอบเข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ของงานทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ โดยผู้ออกแบบ จะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ นั่นคือประโยชน์ใช้สอย และความสวยงามที่ ถูกนำมาจัดองค์ประกอบ โดยกระบวนการนี้จะเป็นการสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพ และสร้าง ค่านิยมทางความงามให้เกิดแก่นุชย์ (Vcharkarn.com, 2020)

กล่าวโดยสรุป การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการ ของมนุษย์ทางกายภาพ เพื่อการใช้สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย และเป็นการยกระดับคุณภาพ

ชีวิต ค่านิยมทางความงามให้ดียิ่งขึ้นตามความเหมาะสม อาจเป็นการปรับปรุงหรือสร้างใหม่ภายใต้ การสร้างสรรค์

2.4.2.1 องค์ประกอบของหลักการออกแบบ มีดังนี้

1) ความเป็นหน่วย (Unity) ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงงานทั้งหมด โดยให้เป็น กลุ่มก้อนหรืออยู่ในหมวดที่มีความสัมพันธ์เดียวกันทั้งหมดของงานนั้นแล้วพิจารณาส่วนอื่น ๆ ที่แยก ย่อยลงไปตามลำดับโดยใช้หลักเดียวกัน

2) ความถ่วงหรือสมดุล (Balancing) ความคิดในงานที่ในแง่ของความรู้สึก สมดุล โดยมีหลัก 3 ประการ คือ

2.1) ความสมดุลในความเท่ากัน (Symmetry Balancing) มีลักษณะที่ ให้ความรู้สึกเท่ากัน ซ้าย – ขวา บน – ล่าง เป็นต้น โดยความสมดุลนี้ดูและเข้าใจได้ง่าย

2.2) ความสมดุลในความไม่เท่ากัน (Non symmetry Balancing) มีลักษณะสมดุลในตัวเองโดยที่ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ในด้านความรู้สึกเกิดการสมดุลในตัวการ โดยผู้ออกแบบจะต้องลงประเมินด้านความรู้สึกของผู้พบเห็น ซึ่งอาจเป็นความสมดุลที่เกิดใน ลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น สมดุลด้วยผิวสัมผัส (Texture) ด้วยแสงเงา (Shade) หรือสี (Color)

2.3) จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balancing) ในวัตถุสิ่งของที่จะต้องใช้การ ทรงตัวเป็นข้อควรคำนึงถึงอย่างยิ่งต่อการออกแบบ ได้แก่ แสดงความรู้สึกถึงความมั่นคงแข็งแรง หรือไม่โยกเอียง โดยต้องระมัดระวังให้มาก

3) ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) นอกจากต้องใช้หลักการ และเหตุผลทางด้านกายภาพและประโยชน์ใช้สอยแล้ว การออกแบบยังมีเรื่องของความงาม การมองเห็น และสัมผัส ฯลฯ โดยมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับรายละเอียดตามหลักการทาง สุนทรียศาสตร์และศิลปะ ดังนี้

3.1) การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of interest) เป็น การนำเน้นจุดประทับใจในแก่ผู้ชม ซึ่งมีข้อบอกล่าวเป็นความรับรู้ร่วมกับศิลปวัตถุนั้น โดยเป็น ความรู้สึกที่ผู้สร้างพึงพยายามให้เกิดขึ้นเสมอ

3.2) จูตรอง (Subordinate) เป็นจุดสำคัญรองจากจุดเด่นที่เน้นในงาน ไปตามลำดับขั้น ทำให้เกิดความลดหลั่นต่องานออกแบบ โดยพิจารณาในด้านต่าง ๆ ได้แก่

3.2.1) จังหวะ (Rhythm) เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ในด้าน จังหวะ ระยะเวลา ความถี่ห่างภายในตัวเองหรือกับสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้าน เส้น สี แสงเงา การตกแต่ง ที่ส่งผลต่อ ด้านความงาม

3.2.2) ความต่างกัน (Contrast) ปัจจุบันผู้ออกแบบนิยมมองหา เพื่อทำให้เกิดการขัดกัน ซึ่งจะส่งผลให้งานไม่น่าเบื่อเพราะเป็นความรู้สึกที่ทำให้เกิดความเคลื่อนไหว ภายในงานหรือต่อสภาพแวดล้อม

3.2.3) ความกลมกลืน (Harmonies) นำภาพรวมทั้งหมดมาพิจารณา ในบางรายละเอียดแม้ว่าชิ้นงานจะใช้สี ผิวสัมผัส เส้นสายตัดกัน แต่โดยภาพรวมของบรรยากาศไม่ เกิดผลเสียหาย ยอมรับได้ว่ามีความกลมกลืนในส่วนรวม (Chalood Nimsamer, 2011)

2.4.2.2 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบที่ดีย่อมส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยที่นักออกแบบต้องคำนึงถึง หลักการโดยใช้เกณฑ์เพื่อกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีว่าควรมีองค์ประกอบเช่นไร จึงพิจารณาแล้ว ใช้ความคิดสร้างสรรค์ หากกระบวนการหรือวิธีเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมตามหลักการออกแบบ โดยสิ่งที่ต้องคำนึงสำหรับนักออกแบบผลิตภัณฑ์มีหลักการออกแบบ 10 ประการ (Watcharin Charungchittisunthorn, 2005) ดังนี้

1) หน้าที่ใช้สอย (Function) เป็นข้อสำคัญที่สุดในหลักการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ออกแบบต้องคำนึงในอันดับแรก เพราะผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้อง ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ สะดวกสบาย (High function) ในทางตรงข้าม ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จะถือว่ามิประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low function)

2) ความงาม (Aesthetics) เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เพราะ ประทับใจในครั้งแรกที่พบ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ให้ความสนใจมากที่สุดในปัจจุบันไม่น้อยไปกว่าหน้าที่ใช้ สอยที่ต้องใช้ระยะเวลาว่าดีหรือไม่ในภายหลังการใช้งานไปแล้ว โดยผลิตภัณฑ์บางประเภทความงาม คือหน้าที่ใช้สอย

3) ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics) คำนี้เรื่องการยศาสตร์ในการใช้ งาน (Ergonomics) ความสะดวกสบายในการใช้งานจำต้องอาศัยการศึกษาด้านกายวิภาคเชิงกล เกี่ยวข้องกับ ขนาดสัดส่วน และขีดจำกัดที่เหมาะสมของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ วัย ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (Anthropometry) ด้านสรีรศาสตร์ (Physiology) ซึ่งทำให้ทราบถึงขีดความสามารถจำกัดของอวัยวะในร่างกายมนุษย์ เพื่อประกอบการ ออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (Psychology) โดยในความรู้เหล่านี้จะทำให้การออกแบบและ กำหนดขนาด (Dimension) ส่วนโค้งเว้า ส่วนตรงส่วนแคบของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมกับร่างกาย ของมนุษย์ที่ใช้งานให้ไม่เกิดความเมื่อยล้าขณะใช้งานในระยะนาน ๆ

4) ความปลอดภัย (Safety) ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึง ความ ปลอดภัยของผู้ใช้ เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกยิ่งอำนวยความสะดวกมากเพียงใด ก็ย่อมมีโทษเพียงนั้น

ซึ่งส่วนมากผลิตภัณฑ์มักเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้พลังงานไฟฟ้า จึงต้องมีเครื่องหมายเตือน หรือ คำอธิบายประกอบนอกจากความจำเป็นในการออกแบบนั้นด้วย

5) โครงสร้าง (Construction) โครงสร้างความแข็งแรง จะต้องมียู่ภายใน ผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ซึ่งการออกแบบควรอาศัยความรู้ด้านคุณสมบัติวัสดุและจำนวน หรือ ปริมาณโครงสร้างในกรณีที่ต้องใช้โครงสร้างเพื่อการรับน้ำหนัก โดยต้องมีความเข้าใจและไม่ทิ้งเรื่องของ ความงามทางศิลปะ เพราะสองสิ่งนี้มักเกิดปัญหาสวนทางกัน โดยนักออกแบบต้องประสานให้ สองส่วนนี้อยู่ในความพอดี และควบคู่กับการประหยัด

6) ราคา (Cost) ราคาพอสมควร จากการกำหนดเรื่องกลุ่มผู้บริโภค และการตลาด ความต้องการของลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด มีความต้องการเช่นไร เพื่อกำหนดราคา ของการผลิตและราคาขายให้เหมาะสม

7) วัสดุ (Materials) มีการพิจารณาถึงกระบวนการและวิธีการผลิต เพราะ ในระบบผลิตแบบอุตสาหกรรมมีวัสดุสังเคราะห์และกระบวนการผลิตที่หลากหลายและให้เหมาะสม กับต้นทุน ระยะเวลา และคุณสมบัติต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวขึ้นกับคุณสมบัติของ วัสดุที่เลือกใช้ เช่น ความใส ผิวมันวาว ทนสภาพกรด ด่าง และอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลง หรือความ ต้องการเฉพาะ ฯลฯ สอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย การดูแลรักษา การสั่งซื้อและคงคลัง รวมถึง จิตสำนึกต่อส่วนรวม ความปลอดภัยต่อผู้ใช้และธรรมชาติ เช่น นำกลับมาใช้ใหม่

8) กรรมวิธีการผลิต (Production) ควรออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ผลิตง่าย สะดวกและประหยัดที่สุด หรือออกแบบให้สอดคล้องกับการผลิตของเครื่องจักรที่มีอยู่ และ ควรตระหนักเรื่องการผลิตที่ละจำนวนมากเพื่อเป็นการลดต้นทุน แต่ในปัจจุบันจะมีการผลิตแบบ เฉพาะความต้องการที่พิเศษในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าหรือภาพลักษณ์องค์กร

9) การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of maintenance) นักออกแบบควรคำนึงถึง เรื่องของความสะดวกต่อการบำรุงรักษาให้เปลี่ยนง่าย ถอดสะดวก โดยเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์จักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีความซับซ้อน จากการใช้งานที่ทำให้เกิดความเสื่อมสภาพหรือการใช้งาน ในทางที่ผิด

10) การขนส่ง (Transportation) ต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความ สะดวกในการขนย้าย ระยะทางและวิธีการ เช่น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่บรรจุภัณฑ์ ว่าปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดการเสียหายขณะขนส่ง หรือกินเนื้อที่ ว่ามีเนื้อที่การขนส่งภายใน ตู้คอนเทนเนอร์ในขนาดกว้าง ยาว สูง เท่าไร

สำหรับการออกแบบ วัดโสมนัสราชวรวิหาร ตั้งอยู่แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานครสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เมื่อ พ.ศ. 2396 เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าโสมนัสวัฒนาวดี และได้

พระราชทานนามว่า “วัดโสมนัสวิหาร” สำหรับพระอุโบสถเป็นสิ่งก่อสร้างสมัยแรกของวัด เนื่องจากเป็นสิ่งก่อสร้างสำคัญและตั้งอยู่ในแผนผังหลัก กล่าวคืออาคารสิ่งก่อสร้างสำคัญตั้งอยู่ในแนวแกนทิศเดียวกันประกอบด้วย เจดีย์ทรงระฆังเป็นประธานของวัด ล้อมรอบด้วยระเบียงคด ด้านหน้ามีพระวิหารที่มีส่วนท่ายืนล้ำ เข้ามาในระเบียงคด และด้านหลังมีพระอุโบสถ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากแผนผังวัดในสมัยอยุธยาตอนต้น (กรมศิลปากร, 2525)

สำหรับพระอุโบสถเป็นสิ่งก่อสร้างสมัยแรกของวัด เนื่องจากเป็นสิ่งก่อสร้างสำคัญและตั้งอยู่ในแผนผังหลัก กล่าวคือ อาคารสิ่งก่อสร้างสำคัญตั้งอยู่ในแนวแกนทิศเดียวกัน ประกอบด้วย เจดีย์ทรงระฆังตั้งเป็นประธานของวัดล้อมรอบด้วยระเบียงคด ด้านหน้ามีพระวิหารที่มีส่วนท่ายืนล้ำเข้ามาในระเบียงคด และด้านหลังมีพระอุโบสถซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากแผนผังวัดในสมัยอยุธยาตอนต้นภายในพระอุโบสถประดิษฐานพระประธานในบุษบก พระอริยมุนี (ทับ พุทธสิริ) สร้างและอัญเชิญมาจากวัดราชาธิวาส เมื่อ พ.ศ. 2399 ได้รับพระราชทานนามจากพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ว่า “พระสัมพุทธสิริ” เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่พระอริยมุนีหรือสมเด็จพระวันรัต (สมคิด จิระทัศนกุล, 2547)

สมเด็จพระนางเจ้าโสมนัสวัฒนาวดี เป็นพระธิดาในพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าลักขณานุคุณ กับหม่อมจิว พระบิดาของพระองค์เป็นพระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวกับเจ้าจอมมารดาบาง พระนางทรงกำพร้าพระบิดาตั้งแต่มมีพระชนมายุเพียง 6 เดือน พระอัยกาจึงโปรดเกล้าฯ ให้เชิญเสด็จจากวังพระบิดามาอุปถัมภ์เลี้ยงดูในพระบรมมหาราชวังอย่างพระราชธิดาของพระองค์ และทรงเป็นพระราชนัดดาเพียงพระองค์เดียวในรัชกาลที่ 3 ที่ดำรงพระอิสริยยศเป็น “พระเจ้าหลานเธอ” ส่วนอนุภรรยาที่ได้รับการอุปถัมภ์จากท้าวประมอดันกับท้าวกาหลัง เสมือนพระราชบุตรแท้ ๆ

บทละครเรื่องอินเหนาตอนอนุภรรยา ที่รัชกาลที่ 4 ทรงนำมาเขียนเป็นจิตรกรรมฝาผนังในพระวิหารหลวง วัดโสมนัสราชวรวิหาร ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงพระนาง อาจด้วยสาเหตุเช่นนี้หากพิจารณาในพระราชดำริที่เคร่งครัดต่อเรื่องข้อกำหนดการเขียนภาพจิตรกรรมที่ระบุไว้ในพระวินัย เช่นครั้งหนึ่งพระองค์เสด็จพระราชดำเนินไปทอดผ้าพระกฐินที่วัดทองนพคุณ ได้ทอดพระเนตรเห็นภาพจิตรกรรมฝาผนังมหาเวสสันดรชาดก กัณฑ์ทศพร ภายในพระอุโบสถ ที่ช่างวาดเป็นภาพเหล่านางอัปสรที่กำลังเล่นน้ำ บ้างนั่งถ่ายปัสสาวะ บ้างไปเปลือย ก็ทรงรับสั่งให้ลบและวาดใหม่ทันที



ภาพที่ 0.32 จิตรกรรมฝาผนังในพระวิหารหลวงวัดโสมนัสราชวรวิหาร

2.4.3 แรงบันดาลใจ

จากการศึกษาพระราชประวัติและพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวตลอดระยะเวลา 17 ปีที่ทรงครองราชย์พบว่าเมื่อว่างเว้นจากงานราชการแล้วพระองค์ยังให้ความสนใจพระทัยเกี่ยวกับด้านการละครด้วย โปรดเกล้าฯ ให้สร้างโรงละครขึ้นภายในบริเวณเดียวกันกับที่โปรดเกล้าฯ ให้สร้างสระปทุมวันกับวัดปทุมวนารามที่ทรงมีพระราชประสงค์จะใช้เป็นสถานที่สำหรับสำราญพระราชหฤทัย ในปีพ.ศ. 2397 โปรดเกล้าฯ ให้ออกประกาศ “ห้ามไม่ให้ทำข้างเล่นละครเป็นข้างเผือก” เพราะทรงมีพระราชดำริว่าข้างเผือกเป็นข้างคู่พระบารมีพระมหากษัตริย์ ขณะที่ในปีถัดมาก็ทรงมีประกาศอีกฉบับเพื่อพระราชทานอนุญาตให้คณะละครที่ไม่ใช่คณะละครของหลวงสามารถนำบทละครไปใช้เล่นได้ และไม่จำเป็นต้องใช้ตัวแสดงเฉพาะที่เป็นชายอีกต่อไป ประกาศดังกล่าวมีชื่อว่า “ประกาศว่าด้วยละครผู้หญิง”

สันนิษฐานว่าการที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงนำเรื่องอิเหนามาเขียนเป็นภาพจิตรกรรมในพระวิหารหลวงวัดโสมนัสวิหารนั้น ส่วนหนึ่งที่มีได้ทรงเกรงว่าจะเกิดคำครหา

ตามมาภายหลัง ก็อาจจะเป็นเพราะทรงเห็นว่าบทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 2 เรื่องดังกล่าวเป็นที่นิยมกันมาในหมู่พระบรมวงศานุวงศ์ตลอดไปจนถึงเหล่าเจ้านาย ขุนนาง และข้าราชการบริพารตั้งแต่ในสมัยของพระบรมชนกนาถแล้ว เห็นได้จากเทคนิคที่ช่างนำมาเขียนภาพจิตรกรรมบางตอนดูราวกับเป็นการดัดแปลงมาจากท่าทางการแสดงและเครื่องแต่งกายของบุคคลจริงๆ ที่แสดงอยู่ในคณะละครมากกว่าจะเป็นการเขียนขึ้นตามแบบแผนประเพณีที่นิยมกันมาแต่เพียงอย่างเดียว ในสมัยรัชกาลที่ 3 แม้พระองค์มีทรงโปรดการละครก็มีเจ้านายหลายพระองค์แอบเอาไปเล่นในคณะละครของตน ทั้งเพื่อเป็นเครื่องประดับบารมีและเพื่อความบันเทิง ขณะเดียวกันวัดโสมนัสวิหารก็สร้างขึ้นในฐานะพระอารามหลวง ความถูกต้องเหมาะสมใดๆ ย่อมขึ้นกับพระมหากษัตริย์ผู้ทรงเป็นองค์อุปถัมภ์โดยตรง

การนำบทพระราชนิพนธ์เรื่อง “อิเหนา” ในรัชกาลที่ 2 มาเขียนเป็นจิตรกรรมฝาผนังยาวตลอดแนวผนังสกัดด้านหน้า และด้านหลังพระประธานกับผนังระหว่างช่องประตูหน้าต่างภายในพระวิหารหลวงวัดโสมนัสวิหารนับเป็นตัวอย่างอันดีที่สะท้อนให้เห็นการปรับตัวของงานศิลปกรรมทั้งในด้านการเลือกเนื้อหาและการเลือกใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยแห่งการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการหลั่งไหลเข้ามาของแนวคิดสังคมนิยมแบบตะวันตกนับแต่ช่วงรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์เป็นต้นมา

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในตอนต้นว่าระยะเวลาที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดโสมนัสวิหารแห่งนี้เป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนผ่านระหว่างสองรัชกาล รูปแบบและเทคนิควิธีการบางประการที่ช่างเคยใช้ในรัชกาลก่อนจึงยังคงได้รับการสืบทอดต่อมา เช่น การใช้ภาพแนวไม้แนวขีดหิน แนวกำแพง ตลอดไปจนถึงตีกรามบ้านช่องแบ่งตอนต่าง ๆ ของภาพจิตรกรรม และการเขียนภาพต้นไม้สีเขียวมีดครอบภาพปราสาทราชวังแทนเส้นลันทาหรือลายฮ่อเพื่อเสริมให้ภาพดูเด่นเป็นสง่ายิ่งขึ้น เป็นต้น

สำหรับลักษณะเด่นของงานศิลปกรรมสกุลช่างรัชกาลที่ 4 ที่สะท้อนผ่านการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องอิเหนา ได้แก่ การเขียนภาพบุคคลโดยเน้นสัดส่วนที่สมจริงทั้งตามหลักกายวิภาคและตามหลักทัศนียวิสัย (Perspective) แบบตะวันตก ส่งผลให้ภาพบุคคลที่อยู่ภายในอาคารมีขนาดเล็ก และมีจำนวนมากเมื่อเทียบกับภาพแบบเดียวกันที่เขียนโดยช่างในสมัยรัชกาลที่ 3 ทั้งนี้ ในทางกลับกันนั้นส่งผลให้ความอ่อนช้อย ความปราณีตงดงามของลายเส้นที่แสดงลักษณะลีลา นาฏลักษณะของตัวพระตัวนาง และการแสดงสีหน้าท่าทางของภาพากถูกลดความสำคัญลง มีการเขียนภาพตีกรามบ้านช่อง หรือแม้แต่ภาพพระตำหนักเป็นอาคารก่ออิฐถือปูนอย่างฝรั่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปรากฏการเขียนซุ้มประตูเป็นซุ้มหน้าจั่วแบบตะวันตก ด้านบนเป็นรูปสามเหลี่ยมแบบโรมัน (Pediment) จำนวนมาก แสดงให้เห็นพระราชนิยมของรัชกาลที่ 4 ที่แตกต่างจากรัชกาลที่ 3 ซึ่งทรงนิยมศิลปะแบบจีน (จุฑารัตน์ จิตโสภา, 2525)

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับดอกไม้ไทย

ธนศ เรืองเดช และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความเข้มของสีของกล้วยไม้สกุลหวายพันธุ์ขาวสนาน(Dendrobium ‘Khao Sanan’) ที่ย้อมด้วยสีผสมอาหาร เพื่อการจัดดอกไม้แบบไทยประณีตศิลป์ พบว่า เวลาและอัตราส่วนของสีต่อน้ำ มีผลต่อค่า L^* , a^* , b^* , c^* และ h^* ของดอกกล้วยไม้หวายย้อมสีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) เมื่อระยะเวลาที่ใช้ในการดูดสี กล้วยไม้หวายที่เพิ่มขึ้น มีผลทำให้ค่า L^* และค่า h^* ลดลง แต่ค่า a^* , b^* และ c^* จะเพิ่มขึ้น จึงทำให้เมื่อมองด้วยตาเปล่าจะเห็นสีของดอกกล้วยไม้หวายย้อมสีมีสีเข้มขึ้น อัตราส่วนของสีต่อน้ำที่เพิ่มขึ้น มีผลทำให้ค่า L^* ลดลง แต่ค่า a^* , b^* , c^* และ h^* เพิ่มขึ้น เมื่อมองด้วยตาเปล่าจะเห็นสีของดอกกล้วยไม้หวายย้อมสีมีสีเข้มขึ้น แต่อุณหภูมิของสารละลายสี และวิธีการตัดก้านมีผลต่อค่า L^* , a^* , b^* , c^* และ h^* ของดอกกล้วยไม้หวายย้อมสีไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($p > 0.05$)

ปิยะธิดา สีหะวัฒนกุล และคณะ (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์ พบว่า โครงการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ประกอบด้วย 2 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า 1) กระบวนการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ใน 2 ประเด็น ประเด็นแรก ประกอบด้วย 5 ลักษณะ ได้แก่ ดอกกลีบชั้นเดียว ดอกกลีบซ้อน ดอกช่อ ดอกกลุ่ม และดอกทรงกรวย พบว่า ลักษณะดอกหลักที่นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกกลีบชั้นเดียว คือ ดอกลิลลี่ ดอกกลีบซ้อน คือ ดอกกุหลาบ ดอกช่อ คือ ดอกแกลดีโอลีส ดอกกลุ่ม คือ ดอกว่ายสี่ทิศ และดอกทรงกรวย คือ ดอกคาร์ลิลลี่ ประเด็นที่สอง ดอกตกแต่ง ประกอบด้วย 2 ลักษณะ ได้แก่ ดอกแซม และดอกกล้วยไม้ พบว่า ความเหมาะสมของลักษณะดอกตกแต่งที่นำมาพัฒนาดอกไม้ประดิษฐ์ดังนี้ ดอกแซม คือ ดอกเฟื่องฟ้า และดอกกล้วยไม้ คือ ดอกแคทลียา 2) ความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) กรอบรูป 3 มิติ (2) ชุดเครื่องประดับ (3) แจกันดอกไม้ จากกลุ่มเป้าหมาย 50 ท่าน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อแจกันดอกไม้ อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 และรองลงมามีความพึงพอใจต่อกรอบรูป 3 มิติ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และความพึงพอใจต่อชุดเครื่องประดับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

กาญจวรรณ เหมหงษา. (2558) ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจ ร้านดอกไม้ออนไลน์ Give you by Khun Sup Khun N Business Plan for Florist Online Shop “Give you by Khun Sup

Khun N พบว่า การจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่ชัดเจน มีการกำหนดกรอบแนวคิดและแนวทางการดำเนินงาน แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภทร้านดอกไม้ โดยเป็นการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจเดิม โดยวิธีการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจที่ใช้แบบสอบถามกับตัวอย่างซึ่งเป็นบุคคลจำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจากการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขัน การวิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จุดเด่น จุดด้อยของธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ อีกทั้งมีการคาดการณ์ประมาณการรายได้ค่าใช้จ่าย ผลกำไร ระยะเวลาคืนทุนและผลตอบแทนให้เห็นว่า ธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้และนำลงทุน

2.5.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับชุมชนปากคลองตลาด

จิรวัดน์ สุภักศศิริทิวัดต์ และ ชญาภัทร ก่อาริโย. (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงานทำเลที่ตั้งร้าน ทุนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขาย และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 97 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายดอกไม้ในประเทศ ได้แก่ ดอกกล้วยไม้และดอกไม้อื่น ๆ เช่น ดอกบานไม่รู้โรย ดอกสร้อยทอง ดอกบัว ดอกชอนกลิ่น ดอกกรัก ดอกคัตเตอร์ ดอกพุด ดอกหน้าวัว ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี โดยร้านดอกไม้สดตั้งอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย ทั้งนี้มีทุนจดทะเบียนในร้านดอกไม้สดต่ำกว่า 1 แสนบาท มียอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อเดือน และผู้ประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม 2) ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านพนักงาน ด้านวัตถุดิบ และน้อยที่สุดคือ ด้านการตลาดและด้านการเงิน 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน วิธีการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกัน นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด พบว่าผู้ประกอบการควรจัดตั้งกลุ่มธุรกิจดอกไม้สดในประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง รวมทั้งควรมีการให้ความรู้แก่พนักงาน โดยการส่งไปอบรม หรือดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ นอกจากนี้ควรมีการบริหารการเงินอย่างระมัดระวัง เช่น บริหารให้มีหนี้เสีย (NPL) น้อยที่สุด ควรคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพสดใหม่และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

ปาริชา มูสิกะคามะ (2551) ศึกษาเรื่อง พลวัตเชิงพื้นที่และการฟื้นฟูบูรณะย่านพาณิชยกรรมเก่าริมน้ำ กรณีศึกษาย่านปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร พบว่า แนวคิดสำคัญของการอนุรักษ์ย่านประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต ซึ่งมักถูกละเลยในแผนงานอนุรักษ์ของกรุงเทพฯ ในอดีต คือ การรักษาไว้ซึ่งพลวัตเชิงพื้นที่ ด้วยการรักษาไว้ซึ่งการใช้งานอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย ตั้งแต่อดีตสู่ปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการรักษาองค์ประกอบทางกายภาพที่มีคุณค่า งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวคิดการฟื้นฟูบูรณะย่านประวัติศาสตร์ที่มีชีวิตผ่านมุมมองการอนุรักษ์ความเป็นสถานที่และพลวัตเชิงพื้นที่ ผ่านกรณีศึกษาย่านปากคลองตลาด ซึ่งเป็นย่านพาณิชยกรรมเก่าริมน้ำค้าส่งผลผลิตทางการเกษตรที่ตั้งอยู่ในเขตอนุรักษ์เกาะรัตนโกสินทร์ และกำลังเผชิญกับภาวะเสี่ยงต่อการสูญเสียบรรยากาศความเป็นสถานที่ด้วยการถูกย้ายออกของกิจกรรมทั้งหมด ตามแผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ.2538 โดยมีระเบียบวิธีวิจัยหลักคือการสำรวจภาคสนามแบบสังเกตการณ์เพื่อสร้างแผนที่บันทึกรูปแบบการใช้พื้นที่และกิจกรรมภายในย่านปากคลองตลาดอย่างเป็นระบบ ในวันและช่วงเวลาต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาลักษณะองค์ประกอบความเป็นสถานที่ ซึ่งประกอบด้วย กายภาพ กิจกรรม และความหมาย และเงื่อนไขความสัมพันธ์ของ 4 ตัวแปร ที่ส่งเสริมพลวัตเชิงพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย ความยืดหยุ่น ความหนาแน่น ความเชื่อมต่อ และคุณภาพของพื้นที่ ทั้งนี้ เพื่อสังเคราะห์แนวความคิดการฟื้นฟูบูรณะย่านปากคลองตลาดผ่านการวางผังและออกแบบทางกายภาพต่อไป ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบความเป็นสถานที่ของย่านปากคลองตลาดนั้นมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของระบบคมนาคมทางมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีแม่น้ำ คลอง ท่าเรือ และการวางผังอาคารหันหน้าสู่น้ำเป็นองค์ประกอบเชิงกายภาพที่สำคัญในอดีต และมีถนน สะพาน อาคารตึกแถว และอุปกรณ์หาแร่แผงลอยเป็นองค์ประกอบเชิงกายภาพที่สำคัญควบคู่ไปกับกิจกรรมการค้าขายผักผลไม้ และดอกไม้ที่เกิดขึ้นตลอดทั้ง 24 ชั่วโมงในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม พบว่าความหมายของ

ปากคลองตลาดจากการเป็นย่านการค้าริมน้ำในอดีตได้เปลี่ยนแปลงสู่ย่านการค้าริมถนน ด้วยพื้นที่ริมน้ำหรือท่าเรือซึ่งเคยเป็นองค์ประกอบสำคัญในอดีตนั้นถูกลดทอนความสำคัญ ทิ้งร้างให้เป็นพื้นที่เสื่อมโทรม “หลังบ้าน” และขาดการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่พื้นที่ริมถนนนั้นกลับได้รับการใช้งานอย่างคึกคักและหนาแน่นตลอดทั้งวันเมื่อพิจารณาจากปัจจัยเชิงกายภาพโดยเงื่อนไขของพลวัตเชิงพื้นที่ 4 ตัวแปรข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเข้าใช้พื้นที่ที่แตกต่างกันนี้สัมพันธ์กับ 3 ประเด็น ปัญหาสำคัญ คือ ศักยภาพในการมองเห็นและเข้าถึงพื้นที่ ความสัมพันธ์ของจุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจรระหว่างน้ำและบก และรูปแบบของกิจกรรมการค้าส่งและปลีกที่ทำให้เกิดความหนาแน่นและต่อเนื่องของกิจกรรม ผู้คน และเวลาที่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะในการวางผังและออกแบบเชิงกายภาพเพื่อการฟื้นฟูบูรณะย่านปากคลองตลาดที่ปัจจุบันกำลังอยู่ในสภาพ “หันหลังให้น้ำ-หันหน้าให้บก” และมีการใช้งานเป็นพื้นที่ “หลังบ้าน” ให้กลับมา “ฟื้นชีวิต” มีบทบาทสำคัญร่วมสมัยและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตสังคมเมืองอีกครั้ง จึงถูกนำเสนอผ่าน 3 แผนงานสำคัญ คือ การฟื้นฟูบูรณะโครงข่ายการสัญจร การใช้ประโยชน์พื้นที่ และความหนาแน่นของมวลอาคารและที่ว่าง โดยนำรูปแบบของการวางผังอาคารและเส้นทางเดินเท้าที่ให้ความสำคัญกับ “น้ำ” และยังมีร่องรอยปรากฏให้เห็นต่อเนื่องจากอดีตสู่ปัจจุบันมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวางผังพื้นที่ และเสนอให้มีการปรับลดสัดส่วนของกิจกรรมการค้า การสัญจร และวัฒนธรรม ให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และความต้องการร่วมสมัย ทั้งนี้ เพื่อให้ย่านปากคลองตลาดยังสามารถคง “พลัง” และ “ชีวิต” ได้อย่างต่อเนื่องทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2.5.3 ผลงานวิจัยการมีส่วนร่วมของปากคลองตลาด

พิมพ์กคณิจ ปริสัณฺฑิตานนท์ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง การแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในย่านปากคลองตลาดบนความสัมพันธ์กับแนวคิดของการอยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์: บทนำสู่การศึกษาสถาปัตยกรรมขยับ - ปรับ - เคลื่อน พบว่า เป็นที่ทราบกันว่าสถาปัตยกรรมนั้นมีความสัมพันธ์กับมนุษย์และบริบทเป็นหลัก การพัฒนาสถาปัตยกรรมจึงเป็นไปเพื่อการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ และความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุนี้สถาปัตยกรรมจึงต้องการ “คุณสมบัติ” บางประการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการสนองประโยชน์ของการอยู่อาศัยอันเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิต และนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดทางสถาปัตยกรรมที่กล่าวว่า ความชั่วคราว หรือคุณสมบัติใดก็ตามที่สามารถทำให้สถาปัตยกรรมหลุดเป็นอิสระจากความถาวร คือ คุณสมบัติอันพึงมีของสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อพฤติกรรมมนุษย์จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดของการอยู่อาศัย (Concept of Dwelling) และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม (Usability of Space) ซึ่งเชื่อมโยงกับความชั่วคราวในสถาปัตยกรรมที่อธิบายผ่านกลุ่มคุณสมบัติการแปรเปลี่ยน (Transformation Attribution) โดยตั้งสมมติฐานว่า หากการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมแตกต่างกัน จะส่งผลต่อแนวคิด

ของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมอย่างไร นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังมีความสนใจที่จะสืบหาวิธีการหรือแนวคิด ในการใช้อธิบายอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนนี้ หรือที่จะเรียกในงานวิจัยนี้ว่า “สถาปัตยกรรมขยับ – ปรับ – เคลื่อน” หรือ “Mobile Architecture” ในการตอบจุดประสงค์ของการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้การแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเป็นตัวแปรอิสระ และแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเป็นตัวแปรตาม โดยมีสถาปัตยกรรมถาวรที่มีอยู่เดิมเป็นตัวแปรควบคุม และทำการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มตัวแปรในงานวิจัยนั้น โดยวิธีให้ค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และสังเคราะห์ผลที่ได้นำไปใช้หาความสัมพันธ์และอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน ซึ่งผู้วิจัยจะนำผลสรุปมาอภิปรายความสอดคล้องของแนวคิดที่ได้จากงานวิจัยนี้กับแนวคิดสถาปัตยกรรม-ขยับ-เคลื่อนที่มีผู้กล่าวไว้ รวมไปถึงการนำเสนอแนวทางในการศึกษาวิจัยหัวข้อนี้ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนาต่อเป็นหัวข้อวิทยานิพนธ์ของการศึกษาปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

จรธร ปรีกราน และ ฉัตรวรรณ องคสิงห์. (2562) ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการจัดการตลาดชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ปากคลองตลาด พบว่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา นวัตกรรมทางการตลาด และการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ปากคลองตลาด เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับความเป็นตลาดชุมชน และเสนอแนวทางการจัดการตลาดในรูปแบบใหม่ซึ่งเน้นการสร้างสรรค์โดยชุมชน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพจากการวิจัยศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากการวิจัยพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในย่านนี้ คือ พื้นที่ที่จำกัด ทำให้เกิดปัญหาขึ้นในพื้นที่ จึงมีแนวทางในการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้เป็นการค้าขายเชิงท่องเที่ยว เป็นแหล่งทำมาหากินของพ่อค้าแม่ค้า แต่ยังคงรักษามรดกวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ของการทำธุรกิจบนแนวคิดแบบอนุรักษ์ โดยมี การนำนวัตกรรม และการจัดการตลาดเชิงสร้างสรรค์เข้ามาบริหารจัดการกับตลาดชุมชน ซึ่งกระทบกับความเคยชินของผู้ที่เคยอยู่แบบเดิม ก่อให้เกิดความขัดแย้งในเชิงความคิดและพฤติกรรม โดยเห็นได้จากการไม่ให้ความร่วมมือของผู้ที่มีอิทธิพล กลุ่มเจ้าของแผง เจ้าของพื้นที่เดิม กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่มีความกังวลต่อรายได้ หรือมีความกังวลเกี่ยวกับการกระทบต่อวิถีชีวิตแบบเดิม ๆ จึงมีการใช้หลักการ การบริหารความขัดแย้ง การเจรจาต่อรองในเรื่องของผลประโยชน์ทับซ้อน เพื่อให้กลุ่มบุคคลทุกส่วน มีผลประโยชน์ร่วมกัน และยังใช้หลักการของการปะทะสังสรรค์เพื่อลดความขัดแย้ง โดยมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ คนทำงานในตลาด ชุมชนบริเวณรอบ ๆ ตลาด และลูกค้าผู้ใช้บริการของตลาด

2.5.4 ผลงานวิจัยเกี่ยวกับมัลติ

นิอร ดาวเจริญพร (2565) ศึกษาเรื่อง การให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้ เรื่อง การร้อยมัลติ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย และกระบวนการสร้างความรู้ เรื่อง การร้อยมัลติ ของสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ประยุกต์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่า จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) ตามทฤษฎีปรากฏการวิทยา พบว่า การให้ความหมาย เรื่อง การร้อยมาลัย มี 4 นัยยะ ดังนี้ 1) การร้อยพวงดอกไม้ 2) การนำกลีบดอกไม้ ใบไม้และส่วนต่าง ๆ ของพืชมาร้อยเป็นพวง 3) เทคนิคการผูก มัด ร้อย กรอง วัสดุต่าง ๆ มีชายเป็นอุบะ 4) ศิลปะการร้อยดอกไม้รูปแบบต่าง ๆ สำหรับกระบวนการสร้างความรู้เรื่อง การร้อยมาลัยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) วิธีการถ่ายทอดความรู้ 2) คุณสมบัติของผู้สอน 3) การให้ผู้เรียนมีความตระหนักถึงความสำคัญของงานมาลัย 4) นโยบายของสถาบันการศึกษา และ 5) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเรียนการสอน

พีรติ จิงประกอบ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างสรรค์งานออกแบบสัญลักษณ์ความเชื่อความศรัทธา แห่งพวงมาลัยไทย บทความนี้มุ่งศึกษาเรื่องพวงมาลัยเอกลักษณ์ความศรัทธาแห่งความเป็นไทยถูกผสมผสานกับวิถีชีวิตของชาวไทยในแง่มุมของความเชื่อในหลากหลายรูปแบบการนำเอาเอกลักษณ์จากพวงมาลัยที่ถูกบ่มเพาะเป็นรากเหง้าแห่งศิลปวัฒนธรรมเป็นวิถีของไทยแต่โบราณมาศึกษาและดึงเอารูปแบบที่มีนัยสำคัญหลากหลายมิติอันเป็นเอกลักษณ์ของพวงมาลัยจะส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีแห่งมรดกไทยและเป็นแรงจูงใจทางจิตใจรูปแบบใหม่ที่มีคุณค่าตลอดจนให้คนรุ่นใหม่ได้สืบทอดศิลปวัฒนธรรมและวิถีไทยการนำพวงมาลัยประยุกต์ใช้ประโยชน์และแนวทางในการออกแบบเพื่อสื่อสารซึ่งลักษณะของชุดสื่อสารความเป็นพวงมาลัยเป็นแนวทางหลักในการสร้างรูปแบบของการค้นคว้าและสรุปแนวทางเป็นกรอบในการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นอัตลักษณ์ของพวงมาลัยที่มีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของความเชื่อความศรัทธาจากการร้อยมาลัยผสมผสานอยู่ซึ่งในปัจจุบันพวงมาลัยจะถูกนำไปใช้หลากหลายแตกต่างกันตามแต่วัตถุประสงค์แต่มายาคติแห่งการเริ่มต้นตั้งอยู่และดับไปแล้วร้อยเรียงเพื่อแทนค่าความรู้สึกของผู้ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาจะยังคงอยู่คู่กับสังคมไทยตราบนานเท่านานความเข้าใจถึงคุณค่าของมาลัยที่แท้จริงได้และตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งความดีงามภายในจิตใจ

ณัฐณรงค์ สีสัน (2560) ศึกษาเรื่อง พวงมาลัยแห่งศรัทธากับการพัฒนาชุมชนกรณีศึกษา พวงมาลัยไม้ไผ่ของชุมชนผู้ไทยกุดหว้า ตำบลกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า พวงมาลัยไม้ไผ่ของชุมชนผู้ไทยกุดหว้ามีความสำคัญต่อชาวชุมชนมาเป็นเวลากว่าหนึ่งร้อยปี กล่าวคือ ความสำคัญในสมัยแรกนั้นคือ มีบทบาทและหน้าที่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นสัญลักษณ์ทางความเชื่อและศาสนาในงานบุญข้าวประดับดินและบุญข้าวสาก นอกจากนั้นจะพบว่ามีความสำคัญทางด้านสังคมตามมาด้วย กล่าวคือ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มมีภูมิปัญญาและทำให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ หรือแม้แต่การมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติที่มีในชุมชน จนทำให้ชุมชนเกิดความสามัคคีและมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และได้ส่งผลดีมาจนถึงปัจจุบันที่ทำให้ชุมชน

มีอัตลักษณ์ประจำถิ่นที่ชัดเจน จนนำไปสู่การท่องเที่ยวและการบริการทำให้เกิดรายได้ในชุมชนที่สามารถสร้างระบบเศรษฐกิจจนทำให้ชาวชุมชนสามารถพึ่งตัวเองได้ซึ่งถือว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในชุมชนผู้ไทย กุดหว้านั้นเป็นผลผลิตแห่งภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้ส่งสมไว้ให้และกลายเป็นทรัพย์สินสมบัติชิ้นเอกที่ชาวชุมชนมีร่วมกัน

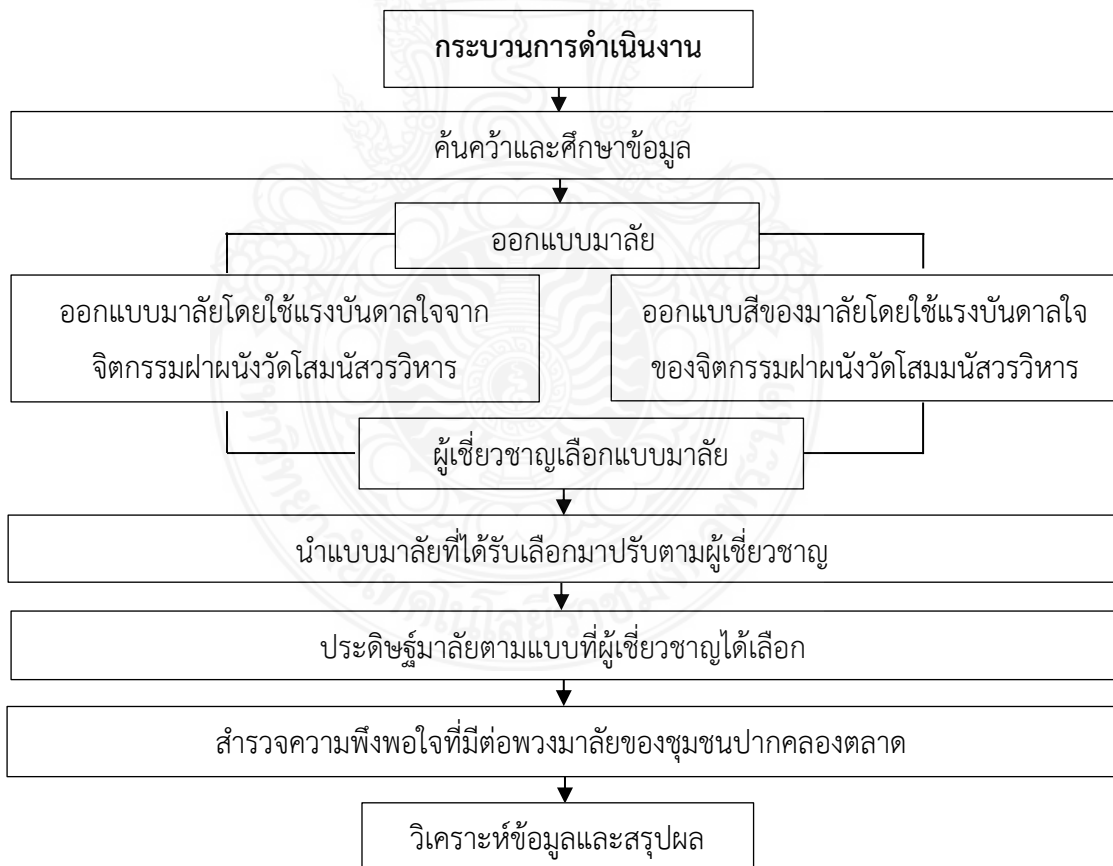


บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย เรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

- 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.3.2 สถิติที่ใช้การวิจัย



ภาพที่ 3.1 กระบวนการดำเนินงาน

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 แบบร่างองค์ประกอบมาลัย

3.1.1.1 มาลัยชายเดี่ยว

3.1.1.2 มาลัยสองชาย

3.1.1.3 มาลัยชำร่วย

3.1.2 แบบร่างมาลัยโดยใช้ลวดจากปากคลองตลาด

ได้แรงบันดาลใจจากลวดที่มีอยู่ในปากคลองตลาด นำมาพัฒนาให้เกิดรูปแบบใหม่ เป็นจำนวน 9 แบบ

3.1.3 แบบสอบถาม

3.1.3.1 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ จำนวน 1 ชุดได้แก่แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ของมาลัย เพื่อคัดเลือกแบบที่ดีที่สุด 3 แบบ

3.1.3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อมาลัย โดยแบ่งคำถาม เป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตรวจแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสวยงาม การใช้สีของผลิตภัณฑ์มาลัยไทย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อมาลัย

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การออกแบบมาลัยไทย 9 แบบ

3.2.2 ออกแบบวางมาลัยโดยใช้ลวดที่มีอยู่ในปากคลองตลาดมาทำให้เกิดรูปแบบใหม่

3.2.2.1 การใช้สีของมาลัย

3.2.2.2 องค์ประกอบมาลัย

3.2.2.3 เครื่องประดับมาลัย

3.2.3 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

3.2.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านงานดอกไม้และมาลัย

2) กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจ โดยเป็นผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้

ในชุมชนปากคลองตลาด

3.2.3.2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

- 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านดอกไม้ และมาลัย จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 2 ท่าน
- 2) กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจ โดยเป็นผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 150 คน

3.2.4 วิธีการสร้างแบบสอบถาม ได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

3.2.4.1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย

3.2.4.2 นำข้อมูลที่ได้มานำไปสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพวงมาลัยไทยและความพึงพอใจพวงมาลัยไทย

3.2.4.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบ และให้คำแนะนำปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อคำถามที่มีความตรงตามวัตถุประสงค์ และครอบคลุมถึงงานวิจัยมากที่สุด

3.2.4.4 นำเสนอแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษาแล้วนำผลมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.5-0.1

3.2.4.5 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Thy out) กับผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบวิธีของ ลิเคิร์ท (ธานินทร์, 2555)

3.2.4.6 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

3.2.5 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล จากตำรา หนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ผล สรุปผล เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยเริ่มจากการออกแบบ มาลัยไทย ในด้านการใช้ลวดลายของมาลัย และด้านเครื่องประดับมาลัย

3.2.5.1 การออกแบบมาลัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและรูปแบบของมาลัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานเป็นมาลัย และออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้า โดยมีแรงบันดาลใจจากสินค้าเดิมที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดมาออกแบบเป็นสินค้าในรูปแบบใหม่



ภาพที่ 3.2 อูบะมาลัย

1) อูบะมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นชุด 1 ชุด มี อูบะมาลัย 12 เส้น โดยสามารถแบ่งออกมาทำเป็นอูบะรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น อูบะพู่ อูบะแขก อูบะไทยธรรมดา อูบะไทยทรงเครื่อง เป็นต้น



ภาพที่ 3.3 มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย

2) มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาด โดยจะขายเป็นชิ้นเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบรัดข้อมาลัยและสามารถทำเป็นเครื่องตกแต่งตัวมาลัยได้เช่นกัน



ภาพที่ 3.4 มาลัยแบน

3) มาลัยแบน เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นแพ็ก 1 แพ็ก มี 4 เส้น สามารถแบ่งมาเป็นส่วนประกอบตกแต่งตัวพวงได้มากกว่า 1 พวง



ภาพที่ 3.5 ตัวพวงมาลัย

4) ตัวมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยมีการขายหลายแบบเป็นเส้น ความยาว 1 เมตร แบบความยาว 22 นิ้ว และแบบแพ็ก 6 เส้น แต่ละแบบมีราคาต่างกัน และมีลวดลายที่ต่างกัน



ภาพที่ 3.6 เครื่องประดับมาลัย

5) เครื่องประดับมาลัยเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดเป็นส่วนที่ใช้ตกแต่งมาลัยเพื่อความสวยงามยิ่งขึ้นและนิยมใช้ในมาลัยชายเดี่ยวมีหลากหลายรูปแบบด้วยกันมีทั้ง ประจำยาม อุบะ ซ่อเอื้อง มาลัยแบน ทุกอย่างสามารถเป็นเครื่องประดับมาลัยได้

3.2.5.2 ดำเนินการออกแบบมาลัยโดยการใช้สินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาด มาออกแบบใหม่ให้เป็นการยกระดับสินค้าเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชน ปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จำนวน 27 แบบ ใน 1 ประเภท จะมี 9 แบบ 3 องค์ประกอบ

- 1) พวงมาลัยชายเดี่ยว
- 2) พวงมาลัยสองชาย
- 3) พวงมาลัยชำร่วย

ตารางที่ 3.1 การออกแบบมาลัย 3 ประเภทได้แก่ มาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชาย และมาลัยชำร่วย

ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว		
รูปแบบเดิมจากปากคลอง	แนวคิดการออกแบบ	มาลัยที่ออกแบบ
แบบที่ 1		
		

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

แบบที่ 2



แบบที่ 3



ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย

แบบที่ 4



แบบที่ 5



ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

แบบที่ 6



ประเภทที่ 3 มาลัยชำระวย

แบบที่ 7



แบบที่ 8



ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเภทที่ 3 มาลัยชำระว

แบบที่ 9



ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เป็นมาลัยที่มีลักษณะเป็นพวงกลม มีอุบะห้อยลงมาเป็นชายเพียงจุดเดียว อาจเรียกว่า มาลัยมือ หรือมาลัยคล้องแขน ถ้าใช้ในการทูลเกล้าฯ ถวายจะเรียกว่า มาลัยขอพระกร นอกจากนี้ ยังใช้บูชาพระ หรือไหว้ผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือโดยปกติแล้ว มาลัยชายเดี่ยวจะมีด้วยกัน 3 องค์ประกอบหลัก ๆ คือ ตัวพวง อุบะ และรัดข้อมาลัย โดยจะมีวัสดุที่ร้อยต่างกันไปตามฤดูกาล

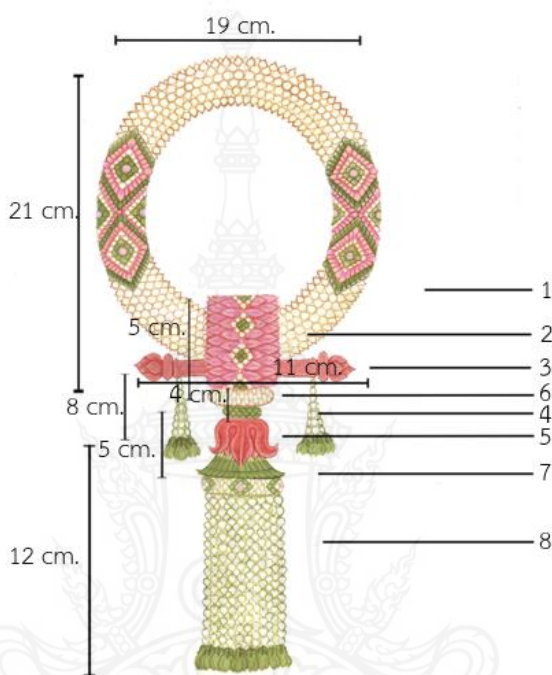


ภาพที่ 3.7 มาลัยชายเดี่ยว

ที่มา: หนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก (2564)

แบบที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว ตัวพวงใช้ดอกพุดเป็นหลักตัดตายด้วยใบแก้วและยกปลายด้วยดอกบานไม่รู้รุ่ย ร้อยเป็นมาลัยตราประขุมและใช้สีของสีเบญจรงค์มาใส่ในตรามาลัย

ตัวมาลัยแบน สำหรับคาดแต่งมาลัยใช้ดอกกล้วยไม้ดอกพุดเป็นหลักยกดอกด้วยดอกบานไม่รู้โรย ทำเครื่องประดับมาลัยโดยการใช้ไม้คาดมีลักษณะคล้ายปิ่นปักผมและนำอุบะมาห้อยข้างเพื่อความสวยงามรัดข้อมาลัย เป็นมาลัยซีกร้อยจากดอกกรักอุบะมาลัยใช้ดอกพุดร้อยเป็นเส้นทิ้งปลายอุบะด้วยดอกช่่าขนาดเล็ก



ภาพที่ 3.8 ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว

ตารางที่ 3.2 รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 1

หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมาลัยกลมลายตาประชุม
2	มาลัยแบนลายข้าวหลามตัด
3	ไม้กลิ้ง
4	อุบะไทยขนาดเล็ก
5	ดอกไม้ประดิษฐ์รูปทรงลายไทย
6	มาลัยซีกรัดข้อมาลัย
7	มาลัยซีกลายพิกุล
8	อุบะแขก (พวงแก้ว)

แบบที่ 2 มาลัยชายเดี่ยว ตัวพวงใช้ดอกพุดเป็นหลักร้อยเป็นมาลัยกลม เครื่องประดับมาลัยใช้ดอกไม้ประดิษฐ์ทำด้วยดอกกล้วยไม้ บานไม่รู้โรย และดอกพุด และติดประจําตามด้วยรัตมาลัยซีกรัดแขนสองข้างของพวงมาลัยห้อยด้วยอุบะ คล้ายกลับมาลัยชำระขนาดเล็ก ส่วนรัดข้อเป็นมาลัยซีกรัดข้อมือทำจากดอกกรักหึงอุบะด้วยอุบะพู่และดอกชบา

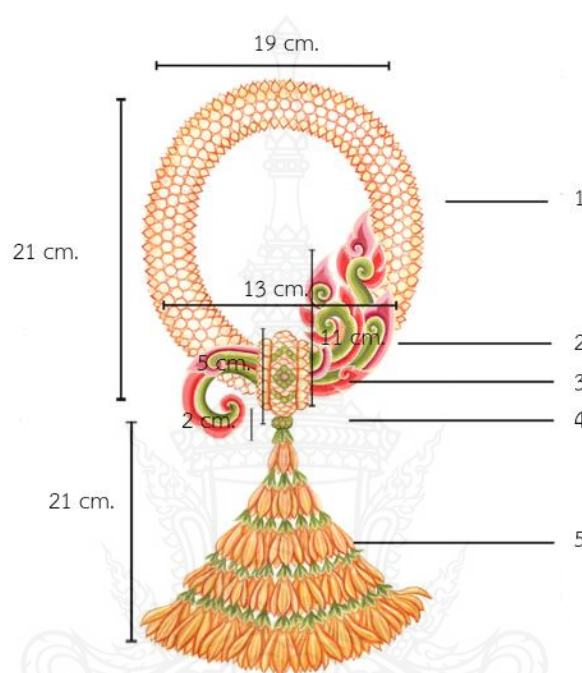


ภาพที่ 3.9 ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว

ตารางที่ 3.3 รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 2

หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมาลัยกลมล้วน/ไม่มีลาย
2	อุบะพู่ลักษณะโคมจีน
3	มาลัยซีกรัดข้อมือชำระ
4	ดอกไม้ประดิษฐ์ (ช่อเอื้อง)
5	มาลัยซีกรัดข้อมือมาลัย
6	กนกลายไทย
7	อุบะพู่

แบบที่ 3 มาลัยชายเดี่ยว ตัวพวงใช้เป็นมาลัยสามกษัตริย์ใช้การกรอบบานไม่รู้โรยร้อยกลมรักลักลมแกนรักร้อยให้ความยาวเท่ากันและนำมาขดเป็นเกี้ยว เครื่องประดับมาลัยใช้เป็นดอกไม้ประดิษฐ์จากกล้วยไม้ ดอกบานไม่รู้โรย ส่วนรัดข้อเป็นมาลัยซีกจากดอกกรักทั้งอุบะด้วยอุบะพู่และดอกข่า



ภาพที่ 3.10 ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว

ตารางที่ 3.4 รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 3

หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมาลัยกลม
2	กนกกลายไทยดอกไม้ประดิษฐ์
3	มาลัยซีก
4	มาลัยซีกรัดข้อมาลัย
5	อุบะแตรระ

ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เป็นมาลัยที่เราค่อนข้างคุ้นเคยกันในชีวิตประจำวัน แต่อาจจะไม่ได้วิจิตร ตระการตาทัดเทียมมาลัยชายเดี่ยว ใช้ในพิธีแต่งงานหรืองานบวช

เป็นมาลัยกลมหรือมาลัยโซ่ที่ผูกต่อกับริบบิ้น ทั้งชายห้อยลงมาเป็นอุบะสองเส้น มักเรียกกันว่า มาลัยคล้องคอมากกว่า ใช้สำหรับคล้องคอบุคคลสำคัญในงานนั้น



ภาพที่ 3.11 มาลัยสองชาย

ที่มา: ร้านรักสุดา (2562)

แบบที่ 4 มาลัยสองชาย ตัวพวงใช้การเย็บให้ติดรูปทรงและใช้ดอกพุดเสียบ ลวดขดตามรูปทรงเลียงขนเป็นลายไทยหรือลายกนกใช้รัดข้อเป็นมาลัยชีกดอกรักและทิ้งเป็นอุบะไทย ทรงเครื่องประดับอุบะห้อยข้างส่วนของรัดข้อผูกติดกับโบว์ริบบิ้น

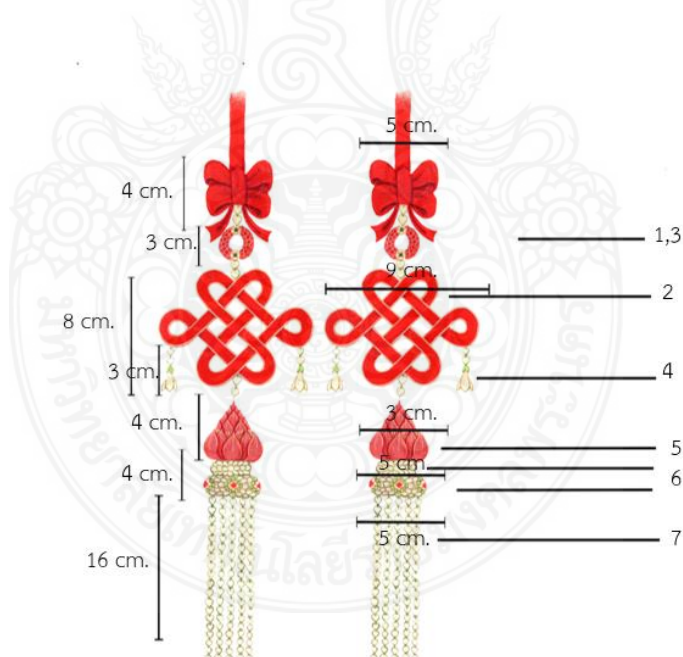


ภาพที่ 3.12 มาลัยสองชาย

ตารางที่ 3.5 รายละเอียดมลัยสองชายแบบที่ 4

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เย็บริมขอบแบบกลีบกุหลาบ
3	ตะขาบ
4	รัดข้อมลัย
5	ดอกไม้ประดิษฐ์ลายกนก
6	อุบะไทยทรงเครื่อง
7	อุบะไทย

แบบที่ 5 มลัยสองชาย ตัวพวงมลัยใช้ดอกบานไม่รู้โรยกรองใส่ลวดและ
 ขดตามลายที่ต้องการห้อยอุบะด้านข้างส่วนของรัดข้อใช้เป็นดอกขำด้านบนตามด้วยมลัยซีกดอกกรัก
 หิ้งอุบะห้อยดอกพุทธร้อยต่อกันเป็นเส้นและนำมาผูกกับโบว์ริบบิ้น



ภาพที่ 3.13 มลัยสองชาย

ตารางที่ 3.6 รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 5

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เชือกถัก (ไหมจีน)
3	แหวนหยก
4	อุบะตุ้งตึ่ง
5	ทำดอกไม้ประดิษฐ์ดอกโบตัน
6	มาลัยซี่กรัดข้อ
7	อุบะฟูจิน

แบบที่ 6 พวงมาลัยสองชาย ตัวพวงมาลัยเป็นมาลัยกลมดอกรักและทำการเรียกขานด้วยดอกบานไม่รู้โรยเป็นลายเถาดอกไม้และนำดอกพุทมาร้อยใส่ลวดขดตามรูปทรงพวงมาลัยรักข้อมาลัยด้วยการกรองดอกบานไม่รู้โรยทำเป็นรัดข้อส่วนของอุบะจะเป็นรัดข้อมาลัยซี่กรัดข้อสองชั้นและมีพุ่ดอกขาหนึ่งชั้นและพุ่ดอกพุ่หนึ่งชั้นและมัดใส่กับโบว์ริบบิ้น



ภาพที่ 3.14 มาลัยสองชาย

ตารางที่ 3.7 รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 6

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบริบิ้นผ้า
2	มาลัยกลม
3	แหวนถักเชือก
4	ดอกไม้ประดิษฐ์
5	มาลัยซีก
6	มาลัยซีกรัดข้อ
7	อุบะพุดดอกไม้ประดิษฐ์

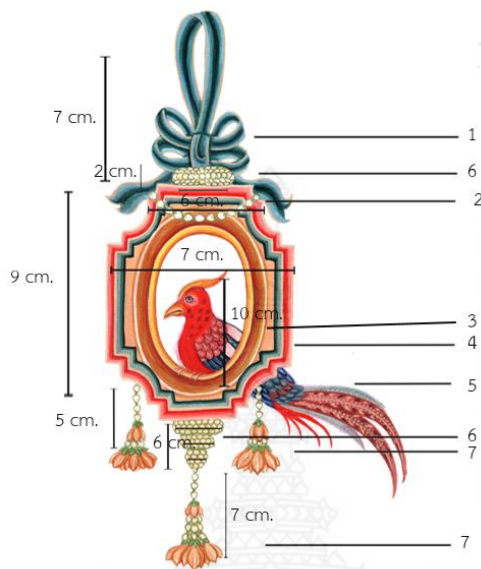
ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เพื่อให้สมชื่อมาลัยของชำร่วย จึงเป็นมาลัยที่มีขนาดพวงเล็ก กระจุกกระจิม เพื่อให้แขกหรือถือติดมือได้สะดวก เป็นมาลัยตุ้มที่ร้อยให้มีลักษณะตามขวางเป็นวงกลมขนาดเล็ก ค่อย ๆ ใหญ่ขึ้นทีละน้อย ช่วงกลางป่องโค้งมนแล้วค่อย ๆ ลดให้เล็กลงจนมีขนาดเท่ากันตอนขึ้นต้น สรุปร่าง ๆ ว่าเป็นมาลัยที่หัวท้ายเรียวยาวช่วงกลางป่องนั่นเอง



ภาพที่ 3.15 มาลัยชำร่วย

ที่มา: จักรพันธ์ รูปงาม (2563)

แบบที่ 7 มาลัยชำร่วย ตัวพวงใช้ใบตองตัดเป็นประจายามสี่เหลี่ยมแปะด้วยกลีบกล้วยไม้และใช้ลวดร้อยดอกบานไม่รู้โรยที่กรองแล้วขดให้เป็นวงกลมตรงกลางตกแต่งเครื่องประดับด้วยนกและเฟืองดอกพุดด้านบนและติดรัดข้อกับอุบะมาลัยขนาดเล็ก

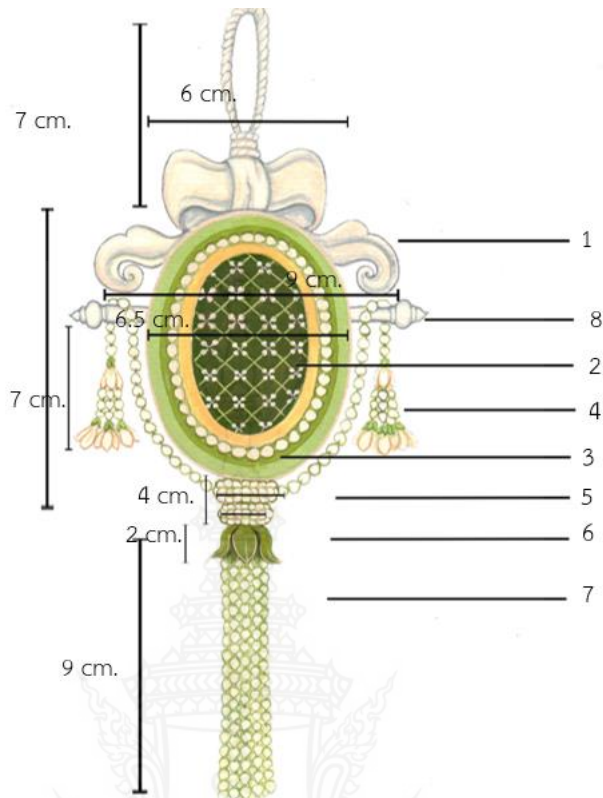


ภาพที่ 3.16 มาลัยชำร่วย

ตารางที่ 3.8 รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 7

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เฟืองเอกพุด
3	ตะขาบ
4	ดินไทยปั้นตามรูปทรง
5	นกประติษฐ์
6	มาลัยซี่กรัดข้อ
7	อุบะไทยทรงเครื่องขนาดเล็ก

แบบที่ 8 มาลัยชำร่วย ตัวพวงใช้ใบทองตัดเป็นประจายามวงรีและนำกลีบดอกไม้มาเรียงเป็นชั้นละทำไม้ขาดที่มีลักษณะคล้ายปืนปักผมมาคาคกลางห้อยด้วยอุบะเล็ก ๆ สองข้างส่วนรัดข้อใช้ดอกกรักร้อยเป็นมาลัยซี่กรัดข้อและเป็นอุบะดอกพุดร้อยเป็นเส้นและติดกับโบว์ริบบิ้น

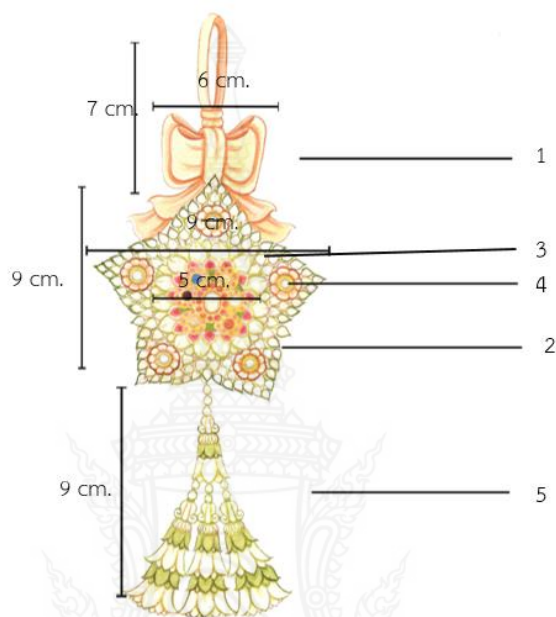


ภาพที่ 3.17 มาลัยชำร่วย

ตารางที่ 3.9 รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 8

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	ประจ๋ายามวงรี
3	ร้อยดอกพุดเก็บขอบ
4	เฟืองอุบะไทยทรงเครื่อง
5	มาลัยซีกรัดข้อ
6	ดอกไม้ประดิษฐ์
7	อุบะฟู

แบบที่ 9 มาลัยชำระ้วย ตัวพวงใช้ใบตองตัดเป็นประจายามรูปดอกไม้และ
เรียงดอกพุดตามรูปทรงประดับด้วยดอกไม้ประดิษฐ์เป็นเครื่องตกแต่งตัวพวงและหิ้งอุบะไทย
ทรงเครื่องชุดเล็กด้านล้างและมัดติดกับโบว์ริบบิ้น



ภาพที่ 3.18 มาลัยชำระ้วย

ตารางที่ 3.10 รายละเอียดมาลัยชำระ้วยแบบที่ 9

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เรียงประจายามรูปดาว
3	ดอกไม้ประดิษฐ์รูปทรงดอกบัว
4	ดอกไม้ประดิษฐ์ดาวกระจาย
5	อุบะไทยทรงเครื่อง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจ

1. พวงมาลัยดอกไม้ไทย จำนวน 3 พวง จาก 9 พวง ที่ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการเลือก
2. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อมาลัย โดยเป็นประชากรซึ่งเป็นผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 150 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ในการศึกษาความพึงพอใจต่อมาลัย เป็นประชาชนที่เป็นผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

2. กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นประชากรซึ่งเป็นผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 150 คน

การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจต่อมาลัย

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา หนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษา แลพเพื่อเป็นในการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา นำมาใช้สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจต่อมาลัย โดยแบ่งคำถามเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตรวจแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาลัย ประกอบไปด้วย ด้านการใช้สอย สี สัน และความสวยงาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อมาลัย ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.3.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตามสูตรของ ลอร์ซี (Lawshe, 1975 อ้างอิงถึงใน พิสนุ, 2552)

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

IOC แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum R$ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

สถิติพื้นฐาน

แบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติแบ่งออกเป็น 5 ระดับตามแบบวิธีของ ลิเคิร์ท (ธานินท์, 2555) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น

5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เป็นสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด กำหนดเกณฑ์แปลความหมายข้อมูลเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง ๆ (ธานินท์, 2555) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยความหมาย

คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 มีความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 มีความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 มีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 มีความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำนวณค่าสถิติดังนี้

1) ค่าร้อยละ(Percentage) คือการคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัว เทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลทั้งหมดมีค่าเป็นร้อยละ ดังสูตร (ธานินท์, 2555)

$$= \frac{X \times 100}{N}$$

X = จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่ต้องการนำมาหาค่าร้อยละ
 N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

2) ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ

\bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของข้อมูล ทั้งหมด

N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

3) สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

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

เมื่อ

S.D. แทน ค่าเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$ แทน ข้อมูลแต่ละจำนวน

N แทน จำนวนข้อมูลหรือขนาดตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบตารางและคำบรรยายประกอบ ตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 การอภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่องการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล มีหัวข้อดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

4.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล จากตำรา หนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ผล สรุปผล เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยเริ่มจากการออกแบบ มาลัยไทย ในด้านการใช้ลวดลายของมาลัย และด้านเครื่องประดับมาลัย โดยศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

4.1.1.1 บริบทของชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ปากคลองตลาดเป็นตลาดดอกไม้ที่ใหญ่และเก่าแก่ที่สุดของกรุงเทพฯ โดยสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ดอกไม้และผัก ผลไม้ ทุกวันของปากคลองตลาดนับตั้งแต่เวลากลางวันถึงเวลาตีไม่เคยหยุดนิ่ง มักจะมีพ่อค้าแม่ค้าที่ขายดอกไม้ปลีก ร้อยพวงมาลัยขาย เปิดร้านดอกไม้รับจัดดอกไม้เป็นช่อ หรือหากใครที่ต้องการดอกไม้ไปใช้งานตกแต่งบ้านงานบุญต่าง ๆ งานบวช

งานรับปริญญา งานต้อนรับ งานแต่งงาน จนถึงงานศพ ต่างก็ต้องเดินทางมาซื้อดอกไม้ในราคาส่งจากตลาดปากคลอง ดอกไม้จากแหล่งปลูกทั่วประเทศล้วนถูกส่งมารวมกันที่ปากคลองทั้งสิ้น นอกจากนี้ตลาดปากคลองยังเป็นศูนย์รวมของผักและผลไม้สดที่มาจากสวน ผลผลิตของเกษตรกรในประเทศส่วนหนึ่งถูกส่งมาที่ปากคลองตลาด ซึ่งถ้าลูกค้าคนใดต้องการผลผลิตสด ๆ ใหม่ ๆ ของเกษตรกรทั่วประเทศ ที่ส่งตรงจากแหล่งผลิตทุกวัน ก็สามารถมาหาซื้อได้ที่ปากคลองตลาดแห่งนี้ได้เช่นกัน

ขนาดด้านพื้นที่กิจกรรมหลักของย่าน คือ การค้าขาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการขายส่งมากกว่าการขายปลีก พื้นที่ของกิจกรรมการค้าขายรวมทั้ง 3 ตลาด (ทั้งการค้าภายในตลาดและภายนอกตลาด) 22,254 ตารางเมตร โดยแยกเป็นพื้นที่ค้าขายของปากคลองตลาด 6,240 ตารางเมตร ตลาดยอดพิมาน 9,264 ตารางเมตร และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย 6,753 ตารางเมตร กิจกรรมการค้าขายตามที่กล่าวไว้เกี่ยวกับการใช้ที่ดิน ประกอบด้วย ตลาด ร้านค้า และหาบเร่แผงลอย ลักษณะประเภทการค้าขายคล้ายคลึงกัน

ประวัติในสมัยหนึ่งเคยเป็นตลาดปลามาก่อน เป็นตลาดปลาที่ใหญ่ที่สุด มีเรือบรรทุกปลาทะเลมาจากท่าจีน (สมุทรสาคร) บรรทุกเรือแจวมาทางปากคลองบางกอกใหญ่ มาขึ้นที่ปากคลองตลาด ในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการประกาศยกเลิกตลาดปลาแห่งนี้ให้ไปรวมอยู่ที่ท่าบลัวลำพอง (หัวลำโพงในปัจจุบัน) นอกจากนี้ในส่วนของพื้นที่ซึ่งเป็นตลาดปากคลอง ในอดีตเคยเป็นโรงเรียนสอนภาษาจีนกลางมาก่อน หลังจากโรงเรียนได้ถูกรื้อลงจึงมีการสร้างอาคารขึ้น แต่ทว่าก่อนหน้าที่จะมีการสร้างตึกในบริเวณปากคลองตลาดนี้ ภาพของการค้าขายบริเวณปากคลองได้เริ่มต้นขึ้นแล้ว โดยในสมัยเมื่อประมาณ 40 ปีมาแล้ว ปากคลองตลาดเต็มไปด้วยพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าของตนริมน้ำ ประกอบกับพ่อค้าแม่ค้าจากที่อื่นพายเรือมาชุมนุมกันบริเวณนี้ กลายเป็นตลาดน้ำย่อม ๆ ส่วนมากเป็นเรือที่มาจากสวนแถบบางกรวย นนทบุรี พ่อค้าแม่ค้าที่พายเรือมาชุมนุมค้าขายดังกล่าวนั้นจะไม่อาศัยท่าปากคลองเป็นที่ทำการซื้อขายถาวร หากแต่เคลื่อนที่ไปมาระหว่างปากคลองตลาดกับท่าเตียน กล่าวคือ พ่อค้าแม่ค้าที่พายเรือมาจากสวนต่าง ๆ ทางฝั่งธนบุรีจะอาศัยท่าเตียนบ้าง ท่าปากคลองตลาดบ้างเป็นที่ชุมนุมซื้อขายสินค้า ในอดีตสมัยที่ผู้คนนิยมเดินทางและค้าขายทางเรือบริเวณท่าเตียนและท่าปากคลองตลาดดังกล่าวจึงเป็นแหล่งชุมนุมของเรือสินค้า เรือแจวรวมทั้งเรือนแพของประชาชน

สำหรับที่มาของคำว่า “ปากคลองตลาด” เริ่มตั้งแต่สมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงโปรดฯ ให้ขุดคลองหลายสาย โดยมีคลองเล็กสายหนึ่ง ที่ขุดขึ้นข้างวัดบูรณศิริอมตยาราม ทำให้เกิดชุมชนริมน้ำขนาดใหญ่ ที่เรียกในสมัยก่อนว่า “คลองตลาด” และในย่านที่ไม่ไกลกัน ก็มีการขุดคลองในชั้นอีกสายหนึ่ง โดยทั้ง 2 คลอง ได้กลายมาเป็นแหล่งค้าปลาแห่งเดียวกัน และเปลี่ยนจากตลาดค้าปลาไปที่อื่นแทน ทำให้ตลาดแห่งนี้แปรสภาพเป็นตลาดสดที่มีสินค้าเกษตรกรรมจนถึงปัจจุบัน ทำให้มีนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติ เริ่มเดินทางมาท่องเที่ยวถ่ายรูป

กับดอกไม้แถวปากคลองตลาดมากขึ้น ทำให้มีสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาทดแทน เราจึงเรียกตลาดแห่งนี้ว่า “ปากคลองตลาด”

ปัจจุบัน ปากคลองตลาด ประกอบด้วย ตลาดหลัก 3 แห่ง ได้แก่

1) ตลาดองค์การตลาด ตลาดของรัฐ สังกัดกระทรวงมหาดไทยมีซอยท่ากลางเป็นจุดขายผักที่ผู้คนชวักไขว่มากที่สุด เพราะเป็นบริเวณขนถ่ายสินค้าและมีที่จอดรถ

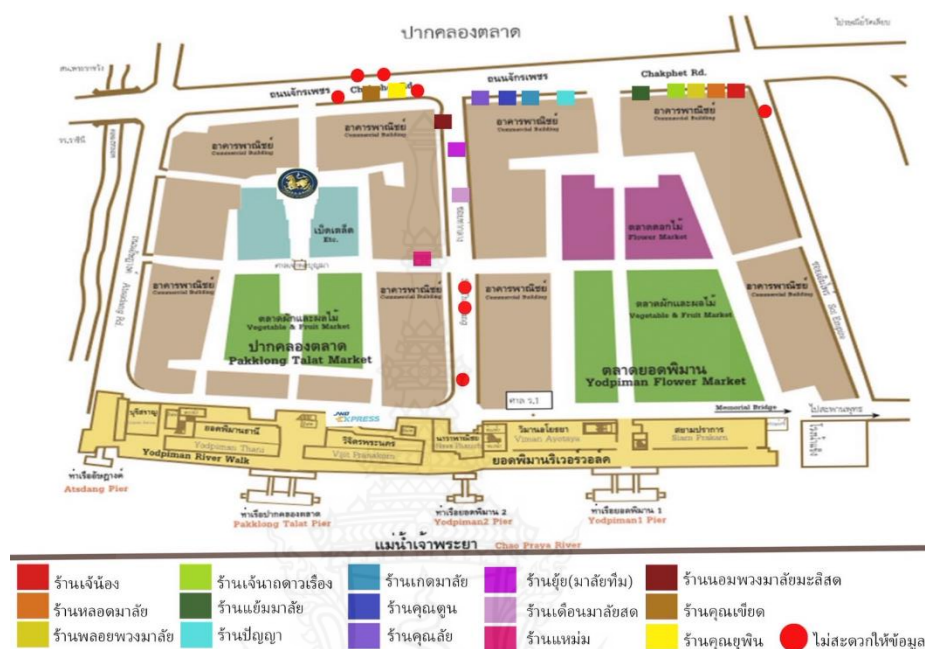
2) ตลาดยอดพิมาน ตลาดเอกชนอยู่ถัดจากซอยท่ากลาง

3) ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย ตลาดเอกชนอยู่ฝั่งตรงข้ามตลาดองค์การตลาด และตลาดยอดพิมานปากคลองตลาด เดินชมดอกไม้ ถ่ายรูปฟิลิ่งฟูลูมหวาน ๆ ก็ได้ เท่ ๆ ก็ดีเดินออกจากสถานีสนามไชย ประตูทางออก 4 แล้วเดินข้ามมาทางฝั่งถนนจักรเพชร ก็จะพบเจอกับอาณาจักรดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ มีร้านขายดอกไม้ตั้งเรียงรายอยู่ริมถนนมากมาย หลากหลายสีสัน บรรยากาศสดใส มีทั้งดอกไม้ไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ บางร้านก็เป็นร้านจัดดอกไม้ จัดวางเป็นช่อ ๆ มองไปทางไหนก็สวยงามไปหมด เปิดทั้งวันทั้งคืน 12:00 AM- 12:00 PM ขึ้นอยู่กับว่าร้านดอกไม้แต่ละร้านหรือโซนแต่ละโซนจะมีเวลาเปิดกี่โมงถึงกี่โมงในช่วงกลางวัน แต่ถ้าเป็นตอนกลางคืนจะมีแม่ค้าออกมาเปิดร้านดอกไม้กันตามริมถนนข้างทางกันเยอะ แต่ร้านดอกไม้ใหญ่ ๆ ริมถนนก็อาจจะปิดได้ เพราะฉะนั้นจะไปเดินกลางวันหรือกลางคืนก็ได้อารมณ์คนละแบบกัน

อาชีพของชาวปากคลองตลาดในปัจจุบันชาวปากคลองตลาดมีอาชีพค้าขายเป็นหลัก โดยสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือ ดอกไม้และผักผลไม้ คนที่เคยค้าขายมายาวนานก็ทำการค้าขายต่อไป ส่วนรุ่นลูกรุ่นหลานหันเหไปประกอบอาชีพในภาคราชการและบริษัทเอกชนบ้าง ทุกวันของปากคลองตลาดนับตั้งแต่เวลากลางวันถึงเวลาตีไม่เคยหยุดนิ่ง มักจะมีพ่อค้าแม่ค้าที่ขายดอกไม้ปลีก ร้อยพวงมาลัยขาย หรืออาจจะเปิดร้านดอกไม้รับจัดดอกไม้เป็นช่อ ต่างก็ต้องเดินทางมาซื้อดอกไม้ในราคาส่งจากตลาดปากคลอง ดอกไม้จากแหล่งปลูกทั่วประเทศล้วนถูกส่งมารวมกันที่ปากคลองทั้งสิ้น จึงเป็นเรื่องง่ายที่พ่อค้าแม่ค้าขายดอกไม้จะสามารถเลือกหาดอกไม้สวยและสดเพื่อไปบริการลูกค้าของตนอีกทีหนึ่ง ตลาดปากคลองยังเป็นศูนย์รวมของผักและผลไม้สดที่มาจากสวนผลผลิตของเกษตรกรในประเทศส่วนหนึ่งถูกส่งมาที่ปากคลองตลาด เนื่องมาจากตลาดปากคลองที่ทำเรือขนถ่ายสินค้า ดังนั้นสินค้าจากทั่วประเทศจึงถูกส่งขึ้นที่ตลาดปากคลองนี้ทั้งสิ้น

แม้เป็นย่านการค้าที่เกิดหลังย่านท่าเตียนก็ตามนับเป็นการค้าที่ใหญ่และคึกคักเช่นกัน ปากคลองตลาดเป็นตลาดกลางขายส่งผักผลไม้และดอกไม้ เปิดขายของกันตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน เป็นตลาดกลางที่ขายดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดของกรุงเทพฯ ไม่เพียงแต่ท่านจะเห็นชาวสวนนำดอกไม้จากสวนมาขายเท่านั้น ยังได้เห็นช่างฝีมือร้อยมาลัยประดิษฐ์ดอกไม้ตามแบบไทยวางขายกันดาษดื่น ชาวกรุงเทพฯ ที่ต้องการดอกไม้ใช้งาน ตกแต่งบ้านงานบุญต่าง ๆ งานบวช งานรับปริญญา งานต้อนรับ งานแต่งงาน จนถึงงานศพ สามารถไปซื้อกันได้ ผู้ประดิษฐ์ก็นั่งทำอย่างขะมักเขม้น ผู้ขาย

ก็หยิบขายอย่างพลวัน เป็นภาพชีวิตที่ดูคึกคักน่าสนใจยิ่งนัก โดยมีร้านจำหน่ายดอกไม้และพวงมาลัย ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 กลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ที่มา: องค์การตลาดสาขาปากคลองตลาด

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและรูปแบบของมาลัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานเป็นมาลัยและออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้า โดยมีแรงบันดาลใจจากสินค้าเดิมที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดมาออกแบบเป็นสินค้าในรูปแบบใหม่ สามารถแบ่งประเภทรูปแบบของมาลัยที่มีการวางจำหน่ายได้ดังต่อไปนี้

1) อูบะมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นชุด 1 ชุด มี อูบะมาลัย 12 เส้น โดยสามารถแบ่งออกมาทำเป็นอูบะรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น อูบะพู่ อูบะแขก อูบะไทยธรรมดา อูบะไทยทรงเครื่อง เป็นต้น

2) มาลัยชีกหรือรัดข้อมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาด โดยจะขายเป็นชิ้นเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบรัดข้อมาลัยและสามารถทำเป็นเครื่องตกแต่งตัวมาลัยได้เช่นกัน

3) มาลัยแบน เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นแพ็ค 1 แพ็ค มี 4 เส้น สามารถแบ่งมาเป็นส่วนประกอบตกแต่งตัวพวงได้มากกว่า 1 พวง

4) ตัวมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยมีการขายหลายแบบเป็นเส้นความยาว 1 เมตร แบบความยาว 22 นิ้ว และแบบแพ็ค 6 เส้น แต่ละแบบมีราคาต่างกัน และมีลวดลายที่ต่างกัน

5) เครื่องประดับมาลัยเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดเป็นส่วนที่ใช้ตกแต่งมาลัยเพื่อความสวยงามยิ่งขึ้นและนิยมใช้ในมาลัยขายเดี่ยวมีหลากหลายรูปแบบด้วยกันมีทั้ง ประจํายาม อุบะ ซ่อเอื้อง มาลัยแบน ทุกอย่างสามารถเป็นเครื่องประดับมาลัยได้

4.1.1.2 สรุปผลการสัมภาษณ์จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการรูปแบบของผู้บริโภค พบว่า มีความต้องการรูปแบบที่ทันสมัย และสื่อถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย สีสันสีขาเป็นหลัก เน้นความสวยงาม มีขนาดที่เหมาะสม แต่ควรมีรูปทรงที่ทันสมัย แตกต่างจากเดิม มีความอ่อนไหว สื่อให้เห็นถึงแรงบันดาลใจในการพัฒนาหรือออกแบบมาลัยเพื่อให้ดูมีคุณค่ามากขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ร้าน A1 เจ้าของร้านเล่าว่าอาศัยในซอยเพชรเกษม 63 เปิดร้านมาเป็นเวลา 20 ปี ขายตลอด 24 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่จะขายเป็นมาลัยไหว้ผู้ใหญ่มาลัยบัวสาว และมาลัยไหว้พระสินค้าที่ขายดีที่สุดในร้านมักจะเป็นมาลัยวัยผู้ใหญ่และมาลัยบัวสาวทางร้านจะขายมาลัยอยู่ที่ราคาเริ่มต้น 150 บาทถึง 300 บาทโดยปกติแล้วราคาจะขึ้นอยู่กับหน้าตลาด ในบางช่วงต้นทุนในการซื้อของมากขึ้นจึงต้องปรับราคาให้สูงขึ้นตามราคาตลาดโดยปกติแล้วลูกค้าจะเดินมาเลือกซื้อหน้าร้านแต่ บางครั้งลูกค้าอาจจะมีแบบมาให้ดูทางร้านก็จะประเมินว่าสามารถทำให้ลูกค้าได้ไหมถ้าทำได้ก็จะจัดทำให้เพื่อให้ง่ายและสะดวกกับลูกค้าโดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่เข้ามาซื้อไม่ใช่ลูกค้าประจำเป็นลูกค้าที่เดินมาหน้าตลาดเพื่อหาสินค้าตามที่ตัวเองต้องการเคยขายแบบที่ลูกค้านำมาให้ทำ ในราคาที่แพงสุดคือ 1000 บาทซึ่งทางร้านไม่ได้จัดทำราคานี้บ่อยเพราะรู้สึกว่ายากจะทำให้เฉพาะลูกค้าที่มาสั่งแบบที่แปลกเท่านั้น ในเรื่องสีของมาลัยลูกค้าในยุคสมัยใหม่จะชอบสีที่เป็นธรรมชาติมากกว่า สีย้อมถ้าย้อนกลับไปในยุคที่ขาย 10 ปีแรกลูกค้ามักจะชอบสีที่มีความสดและใหม่อย่างเช่น สีแดง สีเหลือง เป็นต้น



ภาพที่ 4.2 ร้านเจ๊น้อง

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลมไหว้ผู้ใหญ่ มาลัยโซ่สำหรับไหว้ผู้ใหญ่ มาลัยไหว้พระ และมาลัยบัวสาวสีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ สีย้อม และสีพ่นสีนํ้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ได้แก่ มีการซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำระ้วย

2) ร้าน A2 เจ้าของร้านเล่าว่าอาศัยอยู่เพชรเกษม 36 เดินทางมาขายของที่ปากคลองในช่วงเวลา 5 โมงเย็นถึงตีห้าทุกวันขายมาเป็นเวลา 10 ปี ขายมาลัยไหว้พระและมาลัยไหว้ผู้ใหญ่เป็นหลักขายอยู่ราคา 10 บาทไปถึง 150 บาทมาหลายที่ขายได้บ่อยเป็นมาลัยละ 50 บาท เป็นมาลัยสำหรับไหว้พระโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีลูกค้าประจำที่สั่งมาลัยไหว้พระอยู่เป็นจำนวนมากทางร้านไม่มีแบบที่แปลกตามาก เพราะเน้นขายลูกค้าประจำในบางครั้งจะมีลูกค้าให้ถามสินค้าแบบแปลกใหม่อยู่บ้าง แต่ทางร้านอาจจะไม่ได้รับเพราะเน้นขายรูปแบบเดิมและเน้นขายลูกค้าประจำ โดยดอกไม้ของทางร้านจะเป็นสีปกติเพราะเน้นใช้ดอกไม้สีธรรมชาติอย่างเช่นพวงมาลัยดาวเรืองพวงมาลัยดอกกุหลาบมอญและมาลัยบานไม่รู้โรย เพราะไม่ได้มีแบบที่แปลกตามากจึงเน้นใช้ดอกไม้ที่หาได้ง่ายและราคาถูกเพื่อตอบโต้กับลูกค้าที่ต้องการมาซื้อมาลัย



ภาพที่ 4.3 หลอดมาลัย

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้ใหญ่ และมาลัยไหว้พระสีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อมสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีการซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำร่วย

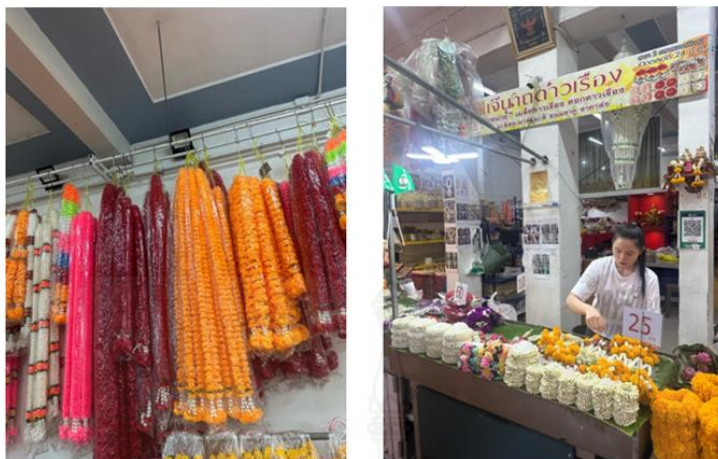
3) ร้าน A3 คุณพลอยอาศัยอยู่ที่ปากคลองตลาดโดยร้านจะเปิด 24 ชั่วโมง โดยมีช่วงเวลาเปลี่ยนกันมาดูแลร้านร้านเปิดมา 12 ปีขายพวงมาลัยทุกชนิดเช่น มาลัยไหว้พระ มาลัยใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยบ่าวสาว มาลัยชำร่วย ทางร้านเน้นขายลูกค้าทั่วไปและจะมีลูกค้าประจำที่สั่งทางออนไลน์บ้างทางร้านจะขายราคาตั้ง 10บาท ไปจนถึง 2500 บาทพวงมาลัยที่ขายดีประจำร้านเป็นพวงมาลัยใหญ่ผู้ใหญ่วราคา 250 บาทในส่วนใหญ่แล้วลูกค้าทางออนไลน์จะสั่งพวงมาลัยแบบต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างจากหน้าร้านและราคาสูงขึ้น เพราะมาลัยที่มีราคาสูงต้องใช้เวลาทำนานกว่าปกติจึงต้องเป็นการสั่งทางออนไลน์เท่านั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นราคา 1000 บาทถึง 2500 บาท ลูกค้าจะสั่งแบบมาเองแต่ในบางครั้งอาจจะมีให้ทางร้านออกแบบให้เพื่อความแปลกใหม่ทางร้านก็ยินดีทำให้เพื่อให้ลูกค้ามากที่สุดสีที่ลูกค้าเลือกส่วนใหญ่ สีของดอกไม้ก็เป็นสิ่งสำคัญในการเลือกพวงมาลัยของลูกค้าเพราะ บางครั้งลูกค้าอยากได้สีที่แปลกโดยสีธรรมชาติไม่มีเราก็จะมีสีที่ย้อมจากการดูสีเป็นหลักแต่ลูกค้าส่วนใหญ่ก็มักจะเลือกสีจากธรรมชาติแต่ถ้า ทางร้านก็จะแนะนำสีย้อมให้กับลูกค้า



ภาพที่ 4.4 ร้านพลอยพวงมาลัย

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหว์ผู้ใหญ่ มาลัยโซ่สำหรับใหว์ผู้ใหญ่ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อม สีนํ้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้ออมลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยซํ้ารวัย

4) ร้าน A4 เจ้ํ้าถเป็นชื่อของแม่คุณแม่เริ่มจากขายดาวเรืองมาก่อน และเริ่มขายพวงมาลัยมาได้สองปีแล้วทางร้านขายพวงมาลัย 24 ชั่วโมงโดยจะมีพนักงานเปลี่ยนกันมาดูแลตลอดพวงมาลัยที่ขายก็จะมีหลากหลายรูปแบบทั้งมาลัยฝ้ามาลัยดาวเรืองมาลัยใหว์พระ มาลัยใหว์ผู้ใหญ่ รวมไปถึงมาลัยบัวสาวทางร้านของเราขายมาหลายทุกชนิดทางเราจะเน้นขายมาลัยแบบพิเศษ ในราคา 850 ถึง 1000 บาทและนอกจากขายหน้าร้านยังมีการขายออนไลน์ ทางร้านมี QR Code สามารถแอด LINE ได้โดยตรงจากทางหน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าได้เข้าไปเลือกแบบที่ทางร้านเคยได้ทำเพื่อเป็นการตัดสินใจของลูกค้าที่ง่ายขึ้นโดยส่วนใหญ่ลูกค้าของเราจะเป็นลูกค้าที่มาเดินหน้าตลาดและลูกค้าออนไลน์ส่วนใหญ่ลูกค้าออนไลน์จะมีกำลังในการซื้อมากกว่าลูกค้าที่มาเดินหน้าตลาด ทางร้านจะคอยหาแบบใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเลือกเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายของลูกค้าทางร้านเอาจะขายราคาไม่สูงมากเพราะเน้นขายในจํ้านวนมากต่อให้เป็นพวงมาลัยแบบใหม่ทางเราก็ไม่คิดราคาสูงจนเกินไป สีที่ใหว์ในร้านก็จะมีทั้ง สีย้อมสีฟ้นและสีธรรมชาติ เพราะในบางครั้งสีที่ลูกค้าต้องการไม่สามารถหาได้จากธรรมชาติจึงต้องมีการย้อมหรือฟ้น ถ้าใหว์สีย้อมก็จะเป็นมาลัยสีแปลกแปลกที่มีความสดมาก ๆ แต่ถ้าใหว์สีฟ้น จะเป็นมาลัยสมัยใหม่ที่ใหว์สีพาสเทล



ภาพที่ 4.5 ร้านเจ๊เนตดาวเรือง

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยไหว้พระ และมาลัยดาวเรืองดอกไม้ประดิษฐ์สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และ สีย้อมสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ มาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำร่วย

5) ร้าน A5 ทางร้านอาศัยอยู่ที่ปากคลองตลาดโดยร้านจะเปิดหน้าเซเว่น ขายเป็นตลอด 24 ชั่วโมงทางร้านขายมาลัยทั่วไปอย่างเช่นมาลัยไหว้พระ มาลัยใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยบ่าวสาว เป็นต้นและทางร้านก็มีขายอะไหล่ของมาลัย อย่างเช่นมาหลายแบบและอุบะ เป็นต้นทางร้านจะเน้น สีย้อมเป็นหลักเพราะลูกค้าประจำจะใช้สีที่มีความสดและความแปลกเป็นหลักทางร้านจะเน้นขาย ลูกค้าประจำและมีวางขายลูกค้าที่มีเดินหน้าตลาดอยู่บ้าง พวงมาลัยที่มีขายอยู่หน้าร้านจะเริ่มต้นที่ พวงละ 10 บาทไปจนถึง 250 บาททางร้านไม่ได้ขายพวงมาลัยตามสั่งของลูกค้าหรือพวงมาลัยที่มี ลักษณะแปลก ๆ เพราะเราเน้นขายพวงมาลัยไหว้พระเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 4.6 ร้านแยมมาลัย

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยใช้สำหรับใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยไหว้พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อมสีนํ้าที่ผู้บริโภคลือกซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยขำร่วย

6) ร้าน A6 คุณปัญญาอาศัยอยู่ถนนทบุรีแต่มีหน้าร้านอยู่ที่ปากคลองตลาด ทางร้านจะเปิดตลอด 24 ชั่วโมงโดยมีลูกน้องเข้ามาเปลี่ยนอยู่ตลอดทางร้านเปิดมาได้ 7 ปีแล้ว โดยแรกเริ่มคุณปัญญาเปิดร้านขายอะไหล่พวงมาลัย เช่นอะโรประกอบ 100 มาลัยไหว้พระ อะไหล่ พวงมะลิ ดอกกุหลาบมอญและดอกจำปีเป็นต้น โดยขายอะไหล่มาก่อนหน้าที่จะมาขายพวงสำเร็จเป็น เวลา12ปี พอรู้จักคนที่สามารถประกอบพวงมาลัยได้ก็ได้อริเริ่มเกิดกิจการของการขายมาลัยร้านปัญญา เกิดขึ้นโดยคุณปัญญามีหน้าที่หาสินค้าเพื่อให้ พนักงานในร้านประกอบพวงมาลัยชายหลังจากเริ่มทำ มาพนักงานมีพัฒนาการมากขึ้นเริ่มรับพวงมาลัย ในรูปแบบต่าง ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการตั้งแต่ราคา 1000 บาทจนถึงราคา 5000 บาททางร้านก็สามารถจัดทำให้ได้ลูกค้ามีหลายประเภทโดยส่วนใหญ่ แล้วลูกค้าที่ซื้อราคาสูงจะเป็นลูกค้าที่ขายทางออนไลน์ โดยลูกค้าจะสั่งและให้เรื่อเข้ามาเอา หน้าร้าน ลูกค้าจะมีรูปแบบที่แปลกใหม่และสีที่แปลกใหม่เข้ามาให้ร้านทำอยู่เสมอทางร้านก็ต้องหา ดอกไม้ที่มีสีสนที่ตรงตามแบบที่ลูกค้าอยากได้โดยบางครั้งจะต้องใช้สีสเปย์ในการพ่นแต่ลูกค้าส่วน ใหญ่ก็พอใจในผลงานและกลับมาสั่งใหม่อยู่ตลอด แต่ถ้าจะให้ขายดีก็ต้องเป็นสีจากดอกไม้ธรรมชาติ บางครั้งพอลูกค้ารู้ว่า เป็นสีที่ มาจากการย้อมหรือการพ่น ลูกค้าจะแจ้งในทันทีว่าให้ใช้สีจากธรรมชาติ เราจึงต้องหาวัสดุแปลกใหม่ให้ได้สีตามที่ลูกค้าอยากได้



ภาพที่ 4.7 ร้านปัญญา

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยไหว้พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อมสีนํ้าที่ ผู้บริโภคลือกซื้อ มีการเลือกมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยขำร่วย

7) ร้าน A7 ร้านเกิดมาลัยเปิดมาแล้ว 13 ปี ขายมาลัยทั่วไปอย่างเช่นมาลัยไหว้ผู้ใหญ่ มาลัยบัวสาว และอะไหล่พวงมาลัยเช่นมาโรแบนเป็นต้นทางร้านจะขายพวงมาลัยเริ่มต้นที่พวงละ 250 บาทไปจนถึง 1500 บาท ทางร้านจะเน้นขายให้กับลูกค้าที่นำไปใช้ในงานแต่งงานเท่านั้น เพราะนอกจาก ขายพวงมาลัยแล้วทางร้านก็พานชิ้นหมาก และพานรูปเทียนแพอีกด้วยโดยลูกค้าประจำของเราจะเป็นลูกค้าที่จะซื้อไปใช้ในงานแต่งโดยจะมียอดสั่งอยู่เป็นประจำทางร้านไม่ได้เน้นขายลูกค้าหน้าตลาดโดยจะเน้นขายแต่ลูกค้าประจำที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องรูปแบบของสีก็จะไม่แตกต่างกันมากจะมีในโทนสีขาวเขียว สีชมพูเป็นต้นในส่วนของสีที่แปลกแปลกอย่างเช่นสีฟ้าสีเหลืองหรือสีส้ม อาจจะมีบ้างแต่น้อยทางร้าน จะไม่ได้รับทำสินค้าที่มีความแปลกหรือมีความใหม่เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีก็ไม่ทันแล้วจึงไม่ได้มีเวลาที่จะทำแบบใหม่สักเท่าไร

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ไหว้ผู้ใหญ่ มาลัยไหว้พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อมสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำร่วย

8) ร้าน A8 ที่ศูนย์อศัยอยู่แถววงเวียนใหญ่ เปิดร้านขายพวงมาลัยมา 10 ปี แล้ว โดยเปิดเป็นร้านแผงลอยเล็กๆอยู่ข้างทางจะเริ่มเปิดตั้งแต่ 5 โมงเย็นถึงเที่ยงคืน ทางร้านขายพวงมาลัยอยู่สองแบบในราคา 200 ถึง 250 บาท ทางร้านไม่ได้มีแบบให้ลูกค้าเลือกมากเพราะจะทำมาจากบ้านตามจำนวนที่จะขายเมื่อขายเสร็จก็กลับบ้านแต่ละวันก็จะมีมาลัยที่แบบแตกต่างกันตามของที่หาได้มาประกอบเป็นพวงเพื่อขายในราคา 200 บาทแต่บางวันจะต้องขายราคา 250 เพราะต้นทุนสูงขึ้นโดยเน้น การเปลี่ยนสีและลักษณะในแต่ละวันเพื่อให้ลูกค้าไม่เบื่อส่วนเรื่องแบบก็จะดูตามหน้าตลาดว่าช่วงนี้คนชอบแบบไหนควรซื้อแบบไหนเป็นจำนวนมากก็เอาไปทำตามและเอามาขายในวันถัดไป



ภาพที่ 4.8 ร้านคุณตุน

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลมไหว้ผู้ใหญ่ และมาลัยใช้สำหรับไหว้ผู้ใหญ่ สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีพ่นสีนํ้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมาลัยขายเดี่ยว

9) ร้าน A 9 คุณวิไล อาศัยอยู่เอกชัย 109 เดินทางมาขายของที่ปากคลองตลาดของทุกวันโดยจะเริ่มขายตั้งแต่เวลา 5 โมงเย็นไปจนถึงของจะหมดคุณวิไลเปิดแผงลอยเล็ก ๆ เพื่อขายมาหลายแบบและอุบะมาไรโดยจะนำสินค้ามาจากคนแถวบ้านที่ร่อย กันเป็นประจำ ในแต่ละวันสินค้าที่นำมาขายก็จะมีสีที่แตกต่างกันตามที คนร่อยในซอยแถวบ้าน เค้าจะนำมาให้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสีธรรมชาติและสีย้อมเพราะสามารถทำได้ง่ายโดยที่ร้าน จะขายอุบะมาลัยในราคา 60 บาทแต่บางช่วงราคาของอุบะมาลัย จะพุ่งขึ้นสูงถึง 150 บาทในช่วงหน้าหนาวที่ดอกไม้ไม่ค่อยออกดอกและนอกจากขายอุบะมาลัยแล้ว ก็ยังมีมาลัยแบน สีสีนต่าง ๆ ให้ลูกค้าเลือกชมสีของมาหลายแบบนั้นก็จะเป็นสีเดียวกับอุบะมาลัย โดยมาหลายแบบจะเริ่มขายที่ราคา 150 บาทแต่ในบางช่วงราคาก็จะขึ้นเป็น 250 บาทโดยลูกค้าที่เข้ามาซื้อ ก็จะเป็นลูกค้าประจำซะส่วนใหญ่ เพราะเค้าจะซื้อนำไปประกอบเป็นพวงเพื่อขายต่อในราคาที่สูงขึ้น



ภาพที่ 4.9 ร้านวิไล

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบบะโหล่ ได้แก่ อุบะมาลัยสีต่าง ๆ และมาลัยแบนสีต่าง ๆ สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อมสีนํ้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

10) ร้าน A3 คุณยุ้ยเปิดร้านขายพวงมาลัยมาเป็นเวลา 15 ปีโดยแรกเริ่มคุณยุ้ยเปิดร้านอยู่ริมถนนมาเป็นเวลาเจ็ดปีเริ่มจากการขายบะโหล่ประกอบมาลัยแต่เมื่อเริ่มมีทุนมากจึงขยับขยายกิจการโดยการมัดพวงมาลัยขายด้วยตัวเองแรก ๆ ก็ทำเช้าแต่ก็พยายาม จนชำนาญหลังจากนั้นก็เริ่มประกอบมาลัย ในแบบต่าง ๆ ตัวเองรู้สึกว่าจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

เนื่องจากลูกค้ามักจะเอารูปมาให้ดูว่าทำได้ไหมเราจึงต้องพยายามตามให้ทันลูกค้าหลัง ๆ ต้องจ้างลูกน้องเพิ่มเพราะตัวเองก็ไม่ค่อยรู้เรื่องการทำมาก ที่ร้านขายพวงมาลัยให้ผู้หญิงใหญ่เป็นหลักอาจจะมีมาลัยบัวสาวบ้างหรือบางทีก็จะมีมาลัยนาคทางร้านก็จะขายอยู่ที่ราคาทั่วไป 200 บาทไปจนถึง 800 บาท ถ้าแบบแปลก ๆ ก็จะมี 1200บาทแต่เราจะรับแค่ที่เราพอทำได้เพราะเน้นขายให้ลูกค้าประจำโดยส่วนใหญ่สีทางร้านก็จะมีสีมาตรฐานเหมือนร้านอื่นไม่ได้แตกต่างมาก

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้หญิง มาลัยโซ่สำหรับให้ผู้หญิง มาลัยให้พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ สีย้อม และสีพ่นสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีการเลือกซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำระ่วย

11) ร้าน A11 ป้าเดือนขายมาลัยดอกไม้สดมาเป็นเวลา 4 ปีแล้วเปิดตลอด 24 ชั่วโมงแต่ก่อนหน้านี้ขายอยู่ที่ตลาดไทยแต่ได้ย้ายมาอยู่ปากคลองตลาดได้ 4 ปี ทางร้านจะขายแต่มาลัยดอกไม้สดเท่านั้นมีให้เลือกทุกสีและทุกแบบสามารถสั่งได้เลยเราพร้อมจะทำให้ในทุกราคาทางร้านจะทำหลาย ๆ แบบไว้หน้าร้านให้ลูกค้าเลือกมีทั้งมาลัยบัวสาวมาลัยให้ผู้หญิงมาลัยของเตรียมให้ลูกค้าอยู่ตลอดเน้นเอาใจลูกค้ามาแล้วอยากได้อะไรก็ต้องได้ลูกค้าจะได้รู้สึกดีเราทำแบบต่าง ๆ มากมายมีตั้งแต่ราคา250บาทไปจนถึง2000บาทแต่ถ้าสั่งพิเศษก็จะเพิ่มราคาตามแบบ



ภาพที่ 4.10 ร้านป้าเดือนมาลัยสด

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้หญิง มาลัยให้พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ สีย้อม และสีพ่นสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีการเลือกซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำระ่วย

12) ร้าน A12 ป้าหม่อมอาศัยอยู่ ซอยเพชรเกษม 23 เปิดร้านนี้มา 40 ปีแล้ว เปิดมาตั้งแต่สมัยรุ่นแม่จนมาถึงรุ่นป้าหม่อมแต่ก่อนป้าหม่อมขายอยู่ข้างทางด้านหน้าจนมีการปรับเปลี่ยนของการขายไม่สามารถให้ขายข้างทางได้ป้าหม่อมเลยย้ายเข้ามาเปิดด้านในได้ 10 ปีแล้ว ป้าหม่อมขายทุกอย่างตั้งแต่พวงมาลัยไปจนถึงพานขันหมาก ทางร้านเปิดตลอด 24 ชั่วโมง ป้าหม่อมขายมานานจึงมีแต่ลูกค้าประจำที่เข้ามาซื้อของลูกค้าก็จะมีแบบใหม่ ๆ ให้ป้าหม่อมทำอยู่เสมอราคาก็จะขึ้นอยู่กับแบบว่ายากหรือง่ายร้านป้าหม่อมขายมาลัยเริ่มต้นที่ราคา 300 ถึง 3500 บาทแต่ก็มีบางครั้งที่แบบอยากรับหม่อมคิดไป 5000 บาทลูกค้าก็ซื้อเพราะความอยากได้และความต้องการ ป้าหม่อมก็จัดทำให้สีของที่ร้าน มีทุกสีมีทุกแบบที่ลูกค้าต้องการลูกค้าจะชอบให้ทำสีแปลกแปลกสีแดงผสมกับสีเหลืองหลัง ๆ ลูกค้ามีให้ทำสีรุ้งป้าหม่อมก็ทำให้เพราะเราเล่นตามใจลูกค้า



ภาพที่ 4.11 ร้านป้าหม่อม

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยโซ่สำหรับใหญ่ผู้ใหญ่ มาลัยไหว้พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ สีย้อม และสีพ่นสีนาค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีการเลือกซื้อมาลัยชายเดี่ยว มาลัยสองชายและมาลัยชำระ้วย

13) ร้าน A13 ฟีนอม เปิดขายเมื่อไหร่ได้1ปี ทางร้านจะเปิด 24 ชั่วโมงและเมื่อถึงเวลา 5 โมงเย็นทางร้านก็จะแยกมาขายฝั่งริมถนนด้วยที่ร้านเน้นขายมะลิเป็นส่วนใหญ่เน้นไปที่มาลัยไหว้พระที่มีราคา 10 บาทถึง 50 บาท นอกจาก มาลัยไหว้พระยังมีมาลัยใหญ่ผู้ใหญ่ที่มีราคาเริ่มต้นที่ 200 บาทไปจนถึง 1500 บาทถ้าลูกค้านำแบบแปลกแปลกมากก็สามารถทำได้แต่ต้องคิดเงินเพิ่มเป็นราคา 1000 บาทถึง 2500 บาท เรื่องสีทางร้านก็จะมีแล้วแต่บางวันบางวันสีก็มีครบ บางวันก็มีเฉพาะบางสีเพราะการสั่งทำในแต่ละวันทางร้านไม่สามารถรู้ได้ว่าเค้าจะทำสีอะไรมาให้เราจึงทำได้ตามสีที่เรามีแต่ส่วนใหญ่ก็จะเป็นสี มาตรฐานตามที่ลูกค้าซื้ออยู่แล้วเลยไม่ได้เป็นปัญหากับทางร้าน

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของมาลัย ได้แก่ มาลัยกลม ใหว์ผู้ใหญ่ มาลัยใช้สำหรับใหว์ผู้ใหญ่ มาลัยใหว์พระ และมาลัยบัวสาว สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ สีส้ม และสีพ่นสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีการซื้อมาลัยขายเดี่ยว มาลัยสองขายและมาลัยชำระ

14) ร้าน A14 พี่เชียดขายมาลัยเป็นแบบอะไหล่ มาเป็นเวลา 15 ปีพี่เชียดเล่าให้ฟังว่าพี่เชียดรู้สึกชอบการขายอะไหล่มากกว่าการขายเป็นพวง รู้สึกว่ามันขายง่ายเพราะนอกจากลูกค้าที่ต้องการซื้อแล้วแม่ค้าด้วยกันถ้าไม่พอเขาก็มาซื้อของเราทำให้เราขายง่ายกว่าเดิมทางร้านก็จะมีขายมาลัยกลมพุด มาลัยกลมยกลาย มาลัยแบน และรักวัง พี่เชียดเริ่มเปิดร้านตั้งแต่วเวลา 5 โมงเย็นไปจนถึงเวลา 4 ทุ่มบางวันก็ 5 ทุ่ม เพราะสินค้าจะหมดไวสีที่ขายบ่อยที่สุดคือสีแดงจากกุหลาบมอญมีเท่าใหว์ก็ขายหมดตั้งแต่มีรักวัง ก็ยิ่งขายดีขึ้น มาลัยทางร้านขายอยู่ 150 ถึง 500 บาท เป็นราคาทั่วไปหน้าตลาดที่เค้าขายกัน



ภาพที่ 4.12 ร้านคุณเชียด

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของอะไหล่มาลัย ได้แก่ มาลัยกลมกล้วยไม้ มาลัยกลมพุดและ มาลัยแบน สีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีส้มสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

15) ร้าน A15 ยายแปดขายอะไหล่มาลัยมา 30 ปี ขาย มาตั้งแต่ตลาดยังไม่สะอาดยังไม่ดูดีขนาดนี้แต่ก่อนร้านตั้งเต็มไปหมดแทบจะไม่มีทางเดินคนก็เยอะมากเยอะเพราะทุกวันนี้เยอะอยากเปิด เห็นทุกการเปลี่ยนแปลงของตลาดแต่สิ่งที่ไม่เปลี่ยนแปลงคือยายแปดขายอะไหล่พวงมาลัยมาตั้งแต่แรกขายจนทุกวันนี้ขายให้แต่ลูกค้าประจำเท่านั้นเพราะหมดเร็วมากยายขายตั้งแต่เวลา 5 โมงเย็นสัก 3 ทุ่มก็หมดแล้วยายก็ขายแบบร้านทั่วไป มาลัยแบน อุบะมาลัย รักวัง และก็ รักหยก บางที่ร้านอื่นก็เอามาฝากยายขายยายก็ขายให้ยายชอบขาย



ภาพที่ 4.13 ร้านคุณยุพิน

จากบทสัมภาษณ์สรุปได้เป็นหัวข้อดังนี้รูปแบบของอะไหล่มาลัย ได้แก่ มาลัยกลมพุด และมาลัยแบนสีของมาลัย ได้แก่ สีธรรมชาติ และสีย้อมสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

จากการสัมภาษณ์ร้านค้าของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่าการเลือกซื้อมาลัยของผู้บริโภคเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร มีแบบให้ลูกค้าเลือกหลายแบบและสีสันทาจากธรรมชาติ การย้อมสีและพันสีสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภคดังนั้นกลุ่มแม่ค้าของชุมชนจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบและวิธีการทำอยู่ตลอดเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

4.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

4.1.2.1 แรงแบนตาลใจในการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

แรงแบนตาลใจ (Inspiration) ถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำมนุษย์ไปสู่ความสำเร็จในหลาย ๆ ด้านของชีวิต มีตัวอย่างมากมายที่ชี้ให้เห็นว่า แรงแบนตาลใจอยู่กับมนุษย์มาโดยตลอด อาจจะหล่อหลอมมาจากรูปแบบของจินตนาการความประทับใจจากจิตใต้สำนึก ประสบการณ์ หรืออื่น ๆ สุดแท้แต่เจ้าของแรงแบนตาลใจนั้นจะนำมาใช้สร้างอิทธิพลต่อความคิดของตน รวมถึงการนำแรงแบนตาลใจนั้น มาพัฒนาต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะศิลปินหรือนักประดิษฐ์ที่มีชื่อเสียง ล้วนอาศัยแรงแบนตาลใจเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อน แนวความคิดไปสู่การสร้างสรรค์ทั้งสิ้น จะเห็นว่าการขับเคลื่อนผลงานและนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จึงล้วนมีรากฐานมาจากแรงแบนตาลใจ และจินตนาการของมนุษย์ เพียงแต่มนุษย์เองต้องเป็นผู้แสวงหาแรงแบนตาลใจรวมถึงมีความมุ่งมั่นที่จะแปรเปลี่ยนแรงแบนตาลใจและแนวความคิดที่เป็น

นามธรรมเหล่านั้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างผลงานที่มีความเป็นรูปธรรม สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยแรงบันดาลใจที่มาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่อยู่รอบตัวมนุษย์ บ่อยครั้งได้มาจากการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น หนังสือ นิตยสาร ห้องสมุด งานศิลปะ ดนตรี ภาพยนตร์ นิทรรศการ พิพิธภัณฑสถาน ภาพถ่าย ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ธรรมชาติและสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม เฟอร์นิเจอร์ รวมถึงเหตุการณ์ที่สะท้อนเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง เมื่อสามารถค้นหาแรงบันดาลใจได้แล้ว ความท้าทายของนักออกแบบแฟชั่นที่ตามมาคือ จะแปรเปลี่ยนแรงบันดาลใจ ให้เป็นแนวความคิดที่มีความชัดเจนมากขึ้นได้อย่างไร ขั้นตอนดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการตีความหมายของแรงบันดาลใจเพื่อระดมความคิด (Ideas) ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด จากนั้นจึงนำมาผ่านกระบวนการกลั่นกรอง และตกผลึกเป็นแนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

แรงบันดาลใจในการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร เริ่มมาจากวัตถุประสงค์ของการรื้อยมาลัยเดิมนั้นเพื่อใช้ถวายเป็นพุทธบูชาแด่พระสัมมาสัมพุทธเจ้าของชนชั้นกษัตริย์ในอดีตที่ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าข้อมูลเอกสารและแปลความหมายของคำว่า มาลัยในภาษาบาลี พบว่า มาลัย คือ มาลา หมายถึง ดอกไม้เพื่อการบูชา จึงเป็นข้อพิสูจน์แน่ชัดว่าพวงมาลัยเป็นสิ่งซึ่งแสดงออกถึงความศรัทธาและการเคารพสักการะต่อพระพุทธศาสนา โดยการให้ประดิษฐ์รื้อยมาลัยเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา เพราะหากพิเคราะห์ดูแล้วจะพบว่า ในทางกายภาพของมาลัยจะต้องร้อยกลีบดอกไม้จากจุดหนึ่งวนเป็นเกลียวขึ้นไปเรื่อย ๆ จนบรรจบอีกจุดหนึ่งมีลักษณะเป็นวงกลมเชื่อมต่อกันจะทำให้ใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับผู้ร้อย สอดคล้องกับหลักธรรมของการเริ่มต้น – สิ้นสุดของมนุษย์หรือการเวียนว่ายตายเกิดในไตรภุมิ ตลอดจนการแผ่ด้วยคำสอนให้รู้จักวางแผนชีวิตด้วยพื้นฐานของความดี การศึกษาพบว่า มีการนำพวงมาลัยไปใช้ในพิธีพราหมณ์หลายพิธีเช่น การบวงสรวงเทพเจ้า การครอบครุ วิเคราะห์ได้ว่า คติพราหมณ์คงมีอิทธิพลผสมผสานกลมกลืนกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นในแต่ละยุคสมัยนั้น ๆ จนกระทั่งปัจจุบันพบว่า การนำพวงมาลัยไปใช้มีความนิยมมากขึ้นตามรูปลักษณะที่แปรเปลี่ยนไปโดยมีนัยสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลาง การบนบาน ศาลกล่าว หรือแม้แต่การนำไปเคารพบูชาในบุคคลต่าง ๆ ซึ่งมีการกำหนดชนิดและประเภทของพวงมาลัยในการนำไปถวายแก่สิ่งศักดิ์สิทธิ์แต่ละที่ โดยพบการเชื่อมโยงคุณค่าของพวงมาลัยตั้งแต่อดีตที่มีความเชื่อมโยงกับปรัชญาของพุทธศาสนาเป็นการสร้างกุศโลบายในการฝึกตนให้กับสตรีสมัยโบราณก่อนจะวิวัฒนาการผสมผสานเข้ากับความเชื่อในคติของพราหมณ์ในการนำความมงคลของมาลัยมาใช้ในการเซ่นสรวงสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งในปัจจุบันก็กลายเป็นวิถีแห่งความเชื่อความศรัทธาที่ผูกพันอยู่โดยตลอด จนกระทั่งมีการรื้อยมาลัยในเชิงพาณิชย์เพื่อจำหน่ายให้กับผู้ที่ต้องการใช้เคารพสักการะหรือมอบให้กับบุคคลที่เคารพพวงมาลัย จากความศรัทธาที่บริสุทธิ์ต่อพุทธศาสนาจึงถูกกลืนเข้ากับความเชื่อเรื่องโชคลาง การบนบานศาลกล่าว เป็นต้น

ผู้ศึกษาจึงได้นำมาเชื่อมโยงกับวัดโสมนัสวิหาร ซึ่งเป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร สร้างขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ใช้ศิลปะสถาปัตยกรรมแบบไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ภายในอุโบสถและพระวิหารมีจิตรกรรมฝาผนังอันงดงาม มีคลองผดุงกรุงเกษมที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้ขุดขึ้นแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2395 ผ่านทางด้านหน้าของพระอุโบสถ ภายในวัดมีเจดีย์ 2 องค์ เจดีย์องค์ใหญ่ซึ่งภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ (เจดีย์ทอง รูปทรงแบบลังกาสีทองเหลืองอร่าม ยอดแหลมสูงเด่นเป็นสง่า สามารถมองเห็นได้ไกลซึ่งเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแวะเวียนเข้ามาชมความงามและกราบนมัสการกันอยู่มิได้ขาด) และยังมีเจดีย์องค์เล็กชื่อว่า เจดีย์มอญ มีรูปทรงเหมือนธัมเมกขสถูป มีลักษณะสวยงามและหาชมได้ยากเพราะเจดีย์ลักษณะนี้มีเพียง 2 องค์ในประเทศไทย คือที่วัดโสมนัสวิหารและที่วัดกันมาตุยาราม อีกองค์หนึ่ง โดยภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระวิหารวัดโสมนัสวิหาร กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นฝีมือช่างสมัยรัชกาลที่ 4 เขียนภาพจากวรรณคดีเรื่องอิเหนา โดยสอดแทรกปริศนาธรรมและเรื่องราวของสังคมในยุคนั้นด้วยวิธีการวาดแบบทัศนวิทยา ผลกระทบใกล้เคียง อันเป็นรูปแบบจิตรกรรมไทยแบบใหม่ที่รับอิทธิพลจากตะวันตก ถือเป็นความโดดเด่นของจิตรกรรมแห่งนี้ นอกจากนี้จิตรกรรมบนเสาศาภายในวิหารวัดโสมนัสราชวรวิหาร จิตรกรเขียนรูปศิลปะการร้อยพวงอุบะดอกไม้ที่มีวิธีการจัดวางลายอย่างมีระเบียบ สวยงาม

4.1.2.2 ผลการเลือกแบบร่างแบบมาลัยเพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จากผู้เชี่ยวชาญ

การเลือกแบบร่างแบบมาลัยเพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านดอกไม้ และมาลัยจำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 2 ท่าน ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยนำแบบร่างลวดลายที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้จากทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย และประเภทที่ 3 พวงมาลัยขำร่วย เพื่อนำไปออกแบบและจัดทำในขั้นต่อไป สรุปผลการเลือกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จากผู้เชี่ยวชาญดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการเลือกแบบร่างแบบมาลัยมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จากผู้เชี่ยวชาญ

แบบมาลัย	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	รวม
ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว						
ลวดลายที่ 1	✓	✓				2
ลวดลายที่ 2			✓	✓	✓	3
ลวดลายที่ 3						0
ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย						
ลวดลายที่ 1		✓		✓	✓	3
ลวดลายที่ 2	✓					1
ลวดลายที่ 3			✓			1
ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย						
ลวดลายที่ 1						
ลวดลายที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓	5
ลวดลายที่ 3						

จากตารางที่ 4.1 ผลการเลือกแบบร่างแบบมาลัยของ กลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ทั้งนี้สามารถนำแบบร่างแบบมาลัยที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญไปใช้ในการเลือกแบบร่างแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ได้แก่

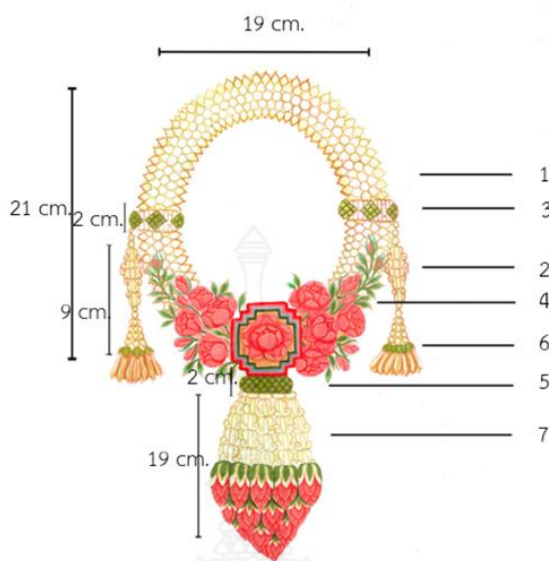
ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว

แบบที่ 2 มาลัยชายเดี่ยว ตัวพวงใช้ดอกพุทเป็นหลักร้อยเป็นมาลัยกลม เครื่องประดับมาลัยใช้ดอกไม้ประดิษฐ์ทำด้วยดอกกล้วยไม้บานไม่รู้โรยและดอกพุทและติดประจําตามด้วยรัดมาลัยสีกรักมัดแขนสองข้างของพวงมาลัยห้อยด้วยอุบะคร้ายกลับมาลัยชำร่วยขนาดเล็ก ส่วนรัดข้อเป็นมาลัยสีกรักจากดอกกรักทั้งอุบะด้วยอุบะฟูและดอกข่า



ภาพที่ 4.14 ภาพออกแบบมาลัยชายเดี่ยว

ตารางที่ 4.2 รายละเอียดมาลัยชายเดี่ยวแบบที่ 2

หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมาลัยกลมล้วน/ไม่มีลาย
2	อุบะพู่ลักษณะโคมจีน
3	มาลัยซี่กลายข้าวหลามตัด
4	ดอกไม้ประดิษฐ์ (ช่อเอื้อง)
5	มาลัยซี่กรัดข้อมาลัย
6	กนกกลายไทย
7	อุบะพู่

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบ

1) เป็นแบบมาลัยมีความน่าสนใจและเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมกับการออกแบบมาลัยประดิษฐ์ เพื่อสร้างสรรค์เป็นแนวทางชิ้นงานศิลปะแขนงหนึ่ง ให้เลือกใช้โดยศึกษาข้อมูลที่มีความเหมาะสมและวัสดุเป็นไปไดเมื่อนำมาประดิษฐ์เป็นผลงานตามภาพร่างความคิดเห็นได้มากที่สุด

2) รูปแบบมีความสวยงามเหมาะสม ปรับลดขนาดของตัวมาลัยสเออ อาจจะต้องทอนบางส่วนออกบ้างเนื่องจากเป็นมาลัยประดิษฐ์ขนาดของมาลัยอาจจะใหญ่เกินไปเมื่อประกอบรวมกัน

วิธีทำพวงมาลัยชายเดี่ยว

1) ร้อยตัวพวงด้วยดอกมะลิสีขาวให้มีความยาว 20 นิ้ว



2) ร้อยอุบะดอกข่าเป็นอุบะฟูโดยชั้นแรกใช้ดอกกรัก 9 ดอก 1 ขา ชั้นที่ 2 ใช้ดอกกรัก 7 ดอก 5 ขา ชั้นที่ 3 ใช้ดอกกรัก 5 ดอก 10 ขา และชั้นที่ 4 ใช้ดอกกรัก 3 ดอก 12 ขา และเรียงให้เป็นอุบะฟูและสวมรักซ้อมาลัยเข้าไป



3) ประกอบตัวพวงมะลิและคาดมาลัยซีกกับตัวพวงแล้วประกอบอุบะเข้ากับตัวพวงให้เป็นพวงเดียวกัน



4) ประกอบดอกไม้ประดิษฐ์ให้เป็นช่อเอื้องเพื่อที่จะนำไปประกอบกับมาโร
ที่ประกอบเข้ามาลัยแล้ว



5) ตัดประจําตามแพทเทิร์นที่ออกแบบไว้และนำฝักำมาเย็บมาบุตาม
แพทเทิร์น



6) นำช่อเอื้องที่เตรียมไว้มาประกอบกับตัวมาลัยและประจํายามนำมาติด
กับช่อเอื้องให้อยู่กึ่งกลางของตัวมาลัย



7) ร้อยมาลัยซีกรัดแขนทั้งสองข้างของตัวมาลัยและร้อยอุบะไทยชุดเล็กมัน
ไปกับมาลัยซีกด้านข้าง



ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย

แบบที่ 1 มาลัยสองชาย ตัวพวงใช้การเย็บให้ติดรูปทรงและใช้ดอกพุดเสียบ
ลวดขดตามรูปทรงเฉียงขนเป็นลายไทยหรือลายกนกใช้รัดข้อเป็นมาลัยซีกดอกรักและทิ้งเป็นอุบะไทย
ทรงเครื่องประดับอุบะห้อยข้างส่วนของรัดข้อผูกติดกับโบว์ริบบิ้น



ภาพที่ 4.15 มาลัยสองชาย

ตารางที่ 4.3 รายละเอียดมาลัยสองชายแบบที่ 1

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เย็บริมขอบแบบกลีบกุหลาบ
3	ตะขาบ
4	รัดข้อมาลัย
5	ดอกไม้ประดิษฐ์หลากกนก
6	อุบะไทยทรงเครื่อง
7	อุบะไทย

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบ

- 1) ตัวของมาลัยดูแปลกตา รูปทรงมีความสวยงามและรายละเอียดดี โดยปกติไม่ค่อยได้เห็นมาหลายรูปแบบนี้มากเท่าไร รายละเอียดบางส่วนอาจจะลดลงเพื่อง่ายต่อการผลิตชิ้นงานและอ่านเพิ่มเติมวัสดุใหม่ ๆ เข้าไปในชิ้นงานให้ชิ้นงานดูมีความแตกต่าง
- 2) มีความแปลกใหม่ควรเพิ่มงานข้างในแบบเช่นงานร้อยตาข่ายหรือเครื่องแขวนแบบแบนขนาดเล็ก ๆ
- 3) มีความน่าสนใจในรูปแบบและมีความนำสมัยเป็นการเลือกที่ดีในการนำมาเป็นมาลัยสองชาย ให้ดูจากสัดส่วนของพวงมาลัยเมื่อคล้องคอแล้วให้มีความสมดุลไม่ยาวหรือสั้นเกินไป

วิธีทำมาลัยสองชาย

- 1) เย็บริบบิ้นผ้ากำมะหยี่เป็นสายคล้องคอ



ด้วยเส้นดอกพุด

- 2) ตัดแบบตามแพทเทิร์นเย็บขอบกริบกุหลาบเรียงด้วยกริบกระพุงปิดขอบ



- 3) ตอกรัดข้อสำหรับต่ออุบะ



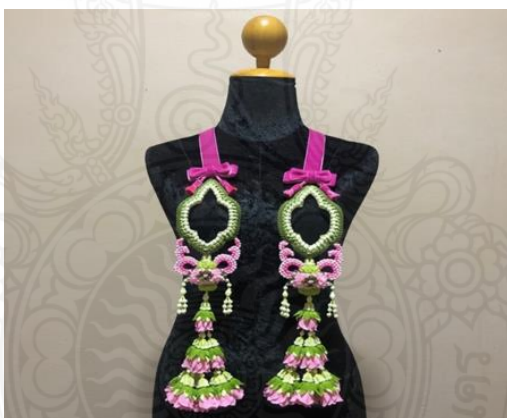
- 4) ร้อยอุบะไทยทรงเครื่องชุดใหญ่สำหรับเป็นชายอุบะ



5) เรียงกนกด้านข้างสำติดกับพวงมาลัยตามรูปทรงแพทเทิร์น

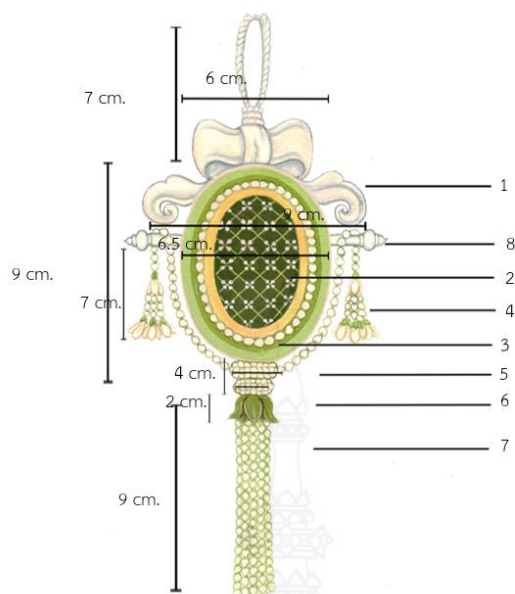


6) นำสายคร้อยมาผูกติดกับแพทเทิร์นที่เสร็จแล้วและนำมาต่อชายอุบะไทยทรงเครื่องที่ร้อยใส่อุบะหลังจากนั้นติดส่วยกนกด้านข้างและห้อยอุบะไทยชุดเล็กด้านข้าง



ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำระ่วย

แบบที่ 2 มาลัยชำระ่วย ตัวพวงใช้ใบตองตัดเป็นประจายามวงรีและนำกลีบดอกไม้มาเรียงเป็นชั้นละทำไม้ขาดที่มีลักษณะคล้ายปืนปักผมมาคากลางห้อยด้วยอุบะเล็ก ๆ สองข้างส่วนรัดข้อใช้ดอกกรักร้อยเป็นมาลัยซีกและเป็นอุบะดอกพุดร้อยเป็นเส้นและติดกับโบว์ริบบิ้น



ภาพที่ 4.16 มาลัยชำร่วย

ตารางที่ 4.4 รายละเอียดมาลัยชำร่วยแบบที่ 2

หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	ประจำยามวงรี
3	ร้อยดอกพุดเก็บขอบ
4	เฟื่องอุบะไทยทรงเครื่อง
5	มาลัยซีกรัดข้อ
6	ดอกไม้ประดิษฐ์
7	อุบะพู่

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบ

- 1) ออกแบบได้สวยงามสมส่วนดูสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว
- 2) ชอบรายละเอียดของตัวงานและมีรูปทรงดูมีความสวยงามชอบที่มีวัสดุอื่น ๆ มาใส่ในตัวงานทำให้ชิ้นงานดูน่าสนใจ รายละเอียดเล็ก ๆ อาจจะต้องลดลงเพื่อการผลิตในกรณีที่ผลิตจำนวนมากขึ้น ที่เยอะหรืออาจปรับปรุงรูปแบบของโบว์ให้ดูแปลกตามากขึ้น
- 3) มีความสวยงามน่านำไปปรับประยุกต์ใช้ในงานโอกาสต่าง ๆ ได้ดี

4) สวยงามแปลกใหม่ อาจจะเปลี่ยนจากประจํายามวงรีเป็นมาลัยกลมขนาดเล็ก

5) มีความสวยงาม เป็นงานที่ให้ความสบายตามีความอ่อนไหว ดูจากแบบมีความสัมพันธ์ที่สามารถทำได้จริง

วิธีทำมาลัยขำร่วย

1) ตัดเพทเทิร์นเป็นวงรี 3 ชั้นและนำมาซ้อนกัน โดยชั้นแรกพับกลับกระเบื้องเดินตามขอบและชั้นที่สองพับกลับกระพุ้งวนตามวงรีและถักตาข่ายตรงกลางปิดด้วยด้ายสีครีมทั้งด้านหน้าและด้านหลัง



2) ร้อยอุษะพุตอกพุตและนำมาสวมใส่ดอกไม้ประดิษฐ์



3) ไม้กลิ้งไปพันสีขาว



4) ร้อยอุบะไทยชุดเล็กด้วยอุบะจำปีและต่อด้วยเส้นพุดสำหรับโยงสองข้าง



5) และนำทั้ง 4 ส่วน มาประกอบเข้ากันให้เป็นมาลัยชำร่วย



4.1.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

4.1.3.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และระดับการศึกษา โดยแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอออกมาในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	22	14.67
	หญิง	128	85.33
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	20	13.33
	25-35 ปี	51	34.00
	36-45 ปี	32	21.33
	46-55 ปี	28	18.67
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	19	12.67
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	17	11.33
	รับราชการ	24	16.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	32	21.33
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	9.33
	ธุรกิจส่วนตัว	40	26.67
	อื่น ๆ	23	15.33
รายได้	ต่ำกว่า 10,000	27	18.00
	10,001- 15,000 บาท	42	28.00
	15,0001-25,000 บาท	21	14.00
	25,001-30,000 บาท	17	11.33
	30,001-35,000 บาท	23	15.33
	มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	20	13.33
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	18.67
	ปริญญาตรี	64	42.67
	สูงกว่าปริญญาตรี	58	38.66

จากตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 85.33 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 35 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาได้แก่ 36 – 45 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 46 – 55 ปี จำนวน 28 คน

คิดเป็นร้อยละ 18.67 น้อยกว่า 25 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และมากกว่า 55 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 ราชการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และ 25,001 – 25,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 42.67 รองลงมาได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.66 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 ตามลำดับ

4.1.3.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	3.97	0.80	มาก
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	4.21	0.87	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน	4.11	0.81	มาก
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	4.35	0.82	มากที่สุด
5. สามารถนำไปใช้ประกอบการสอน	4.06	0.69	มาก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
สีสันทัน			
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	3.82	0.81	มาก
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความ นิยมในปัจจุบัน	4.22	0.68	มากที่สุด
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์	3.93	0.72	มาก
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	4.02	0.82	มาก
5. มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.16	0.88	มาก
ความสวยงาม			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้	4.42	0.81	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	4.11	0.84	มาก
ความสวยงาม (ต่อ)			
3. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูด ความสนใจ	4.36	0.85	มากที่สุด
4. ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	3.92	0.89	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน	4.24	0.77	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ
ที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้
ลวดลายที่ 2

ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเหมาะสมในการ
เป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาได้แก่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.21
ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.11 สามารถ
นำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และสามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย
3.97 ตามลำดับ

ด้านสีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการประยุกต์รูปแบบให้
สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาได้แก่ มีการออกแบบ
แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น

มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีการประยุกต์รูปแบบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และมีการออกแบบที่ประณีตสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลិតภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีตสวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 และผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิวไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

4.1.3.3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	4.21	0.88	มากที่สุด
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	4.11	0.86	มาก
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน	4.05	0.83	มาก
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	4.34	0.84	มากที่สุด
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน	4.22	0.78	มากที่สุด
สีล้น			
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	3.97	0.75	มาก
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความ นิยมในปัจจุบัน	4.01	0.86	มาก
3. มีการประยุกต์รูปแบบบริเริ่มสร้างสรรค์	3.94	0.81	มาก
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	4.25	0.84	มากที่สุด
5. มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.50	0.83	มากที่สุด

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์มาลัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1			
ความสวยงาม			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้	3.99	0.89	มาก
2. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	4.14	0.87	มาก
3. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ	4.32	0.77	มากที่สุด
ความสนใจ			
4. ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลั้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	4.20	0.76	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน	4.02	0.82	มาก

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาได้แก่ สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.22 เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 4.21 เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.11 และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

ด้านสีสัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาได้แก่ มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.01 มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลั้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.02 และผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

4.1.3.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยขำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	4.21	0.82	มากที่สุด
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	4.32	0.81	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน	4.54	0.79	มากที่สุด
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	3.99	0.68	มาก
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน	4.01	0.84	มาก
สีล้น			
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	4.26	0.75	มากที่สุด
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความ นิยมในปัจจุบัน	4.25	0.88	มากที่สุด
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์	3.87	0.76	มาก
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	3.69	0.86	มาก
5. มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.02	0.85	มาก
ความสวยงาม			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้	4.41	0.77	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	4.05	0.78	มาก
3. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูด ความสนใจ	4.11	0.89	มาก
4. ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	4.36	0.79	มากที่สุด
5. ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน	3.94	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ ลวดลายที่ 2

ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาได้แก่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.32 เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 4.21 สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.01 และมีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ด้านสีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการออกแบบที่ประณีตสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาได้แก่ มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย = 4.02 มีการประยุกต์รูปแบบปริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.87 และมีการออกแบบรูปลักษณะที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

4.2 การอภิปรายผล

มาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบของมาลัยที่มีการวางจำหน่ายได้ดังต่อไปนี้ 1) อูบะมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นชุด 1 ชุดมี อูบะมาลัย 12 เส้น โดยสามารถแบ่งออกมาทำเป็นอูบะรูปแบบต่าง ๆ ได้เช่น อูบะพู่ อูบะแขก อูบะไทยธรรมดา อูบะไทยทรงเครื่อง เป็นต้น 2) มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาด โดยจะขายเป็นชิ้นเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบรัดข้อมาลัยและสามารถทำเป็นเครื่องตกแต่งตัวมาลัยได้เช่นกัน 3) มาลัยแบน เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นแพ็ก 1 แพ็กมี 4 เส้นสามารถแบ่งมาเป็นส่วนประกอบตกแต่งตัวพวงได้มากกว่า 1 พวง 4) ตัวมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยมีการขายหลายแบบเป็นเส้นความยาว 1 เมตร แบบความยาว 22 นิ้ว และแบบแพ็ก 6 เส้น แต่ละแบบมีราคาต่างกันและมีลวดลายที่ต่างกัน 5) เครื่องประดับมาลัยเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดเป็นส่วนที่ใช้ตกแต่งมาลัยเพื่อความสวยงามยิ่งขึ้นและนิยมใช้ในมาลัยชายเดีวมีหลากหลายรูปแบบด้วยกันมีทั้ง ประจำยาม อูบะช่อเอื้อง

มาลัยแบน ทุกอย่างสามารถเป็นเครื่องประดับมาลัยได้ โดย จิรวัดน์ และ ชญาภัทร์ กี่อาริโอ (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ควรคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร การเลือกแบบร่างแบบมาลัยเพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาดกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านดอกไม้ และมาลัย จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบกิจการร้านดอกไม้ ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 2 ท่าน ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยนำแบบร่างลวดลายที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้จากทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย และประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำระ้วยเพื่อนำไปออกแบบและจัดทำในขั้นต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของจรธร ปรีกราน (2562) ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมจัดการตลาดชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ปากคลองตลาด พบว่าปรากฏการณ์ของการทำธุรกิจบนแนวคิดแบบบอรัลซ์ โดยมีการนำนวัตกรรม และการจัดการตลาดเชิงสร้างสรรค์เข้ามาบริหารจัดการกับตลาดชุมชน ควรใช้หลักการของการปะทะสังสรรค์เพื่อลดความขัดแย้ง โดยมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้สัมปทาน คนทำงานในตลาด ชุมชนบริเวณรอบ ๆ ตลาดและลูกค้า ผู้ใช้บริการของตลาด

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2 ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ด้านสีส่น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลិតภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1 พบว่า ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านสีส่น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำระ้วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2 พบว่า ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.54 ด้าน สีสิ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.41 เนื่องจากในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล จากตำรา หนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ผล สรุปผล เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยเริ่มจากการออกแบบ มาลัยไทย ในด้านการใช้ลวดลายของมาลัย และด้านเครื่องประดับมาลัย โดยศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ทำให้สามารถออกแบบมาลัยได้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนา เจริญสุข (2550) ศึกษา เรื่อง ศิลปะมาลัยไทยประยุกต์สู่การออกแบบภายในศูนย์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า การนำแนวคิดที่ได้ไปประยุกต์สู่การออกแบบภายในโครงการศูนย์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น โดยสร้างบริบทใหม่ให้กับพื้นที่ จากการกำหนดขอบเขตพื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร ไปจนถึงรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ ตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้าที่แสดงความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ และ สอดคล้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ของมาลัยด้วยเทคนิคการสร้างรูปทรง ภูมิปัญญาการใช้วัสดุ การจัดวางสีของวัสดุที่เหมาะสมกลมกลืน



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำเสนอสรุป และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและรูปแบบของมาลัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานเป็นมาลัยและออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้า โดยมีแรงบันดาลใจจากสินค้าเดิมที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดมาออกแบบเป็นสินค้าในรูปแบบใหม่ สามารถแบ่งประเภทรูปแบบของมาลัยที่มีการวางจำหน่ายได้ดังต่อไปนี้

1) อูบะมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นชุด 1 ชุด มี อูบะมาลัย 12 เส้น โดยสามารถแบ่งออกมาทำเป็นอูบะรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น อูบะฟู อูบะแขก อูบะไทย ธรรมดา อูบะไทยทรงเครื่อง เป็นต้น

2) มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาด โดยจะขายเป็นชิ้น เพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบรัดข้อมาลัยและสามารถทำเป็นเครื่องตกแต่งตัวมาลัยได้เช่นกัน

3) มาลัยแบน เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นแพ็ก 1 แพ็ก มี 4 เส้น สามารถแบ่งมาเป็นส่วนประกอบตกแต่งตัวพวงได้มากกว่า 1 พวง

4) ตัวมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยมีการขายหลายแบบเป็นเส้น ความยาว 1 เมตร แบบความยาว 22 นิ้ว และแบบแพ็ก 6 เส้น แต่ละแบบมีราคาต่างกันและมีลวดลายที่ต่างกัน

5) เครื่องประดับมาลัยเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดเป็นส่วนที่ใช้ตกแต่งมาลัยเพื่อความสวยงามยิ่งขึ้นและนิยมใช้ในมาลัยชายเดี๋ยวมียากหลายรูปแบบด้วยกันมีทั้ง ประจำยาม อูบะ ซ่อเอื้อง มาลัยแบน ทุกอย่างสามารถเป็นเครื่องประดับมาลัยได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

การเลือกแบบร่างแบบมาลัยเพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านดอกไม้ และมาลัย จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 2 ท่าน ผู้ศึกษาคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยนำแบบร่างลวดลายที่ผู้ศึกษาได้ออกแบบไว้จากทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย และประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำระ้วย เพื่อนำไปออกแบบและจัดทำในขั้นต่อไป สรุปผลการเลือกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานครจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการเลือกแบบร่างแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานครจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ทั้งนี้สามารถนำแบบร่างแบบมาลัยที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญไปใช้ในการเลือกแบบร่างแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ได้แก่

ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบ

1) เป็นแบบมาลัยมีความน่าสนใจและเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมกับการออกแบบมาลัยประดิษฐ์ เพื่อสร้างสรรค์เป็นแนวทางชิ้นงานศิลปะแขนงหนึ่ง ให้เลือกใช้โดยศึกษาข้อมูลที่มีความเหมาะสมและวัสดุเป็นไปได้นำนามาประดิษฐ์เป็นผลงานตามภาพร่างความคิดเห็นได้มากที่สุด

2) รูปแบบมีความสวยงามเหมาะสม ปรับลดขนาดของตัวมาลัยสเอออาจจะตัดทอนบางส่วนออกบ้างเนื่องจากเป็นมาลัยประดิษฐ์ขนาดของมาลัยอาจจะใหญ่เกินไปเมื่อประกอบรวมกัน

ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบ

1) ตัวของมาลัยดูแปลกตารูปทรงมีความสวยงามและรายละเอียดดีโดยปกติไม่ค่อยได้เห็นมาหลายรูปแบบนี้มากเท่าไร รายละเอียดบางส่วนอาจจะลดลงเพื่อง่ายต่อการผลิตชิ้นงานและอ่านเพิ่มเติมวัสดุใหม่ ๆ เข้าไปในชิ้นงานให้ชิ้นงานดูมีความแตกต่าง

2) มีความแปลกใหม่ควรเพิ่มงานข้างในแบบเช่นงานร้อยตาข่ายหรือเครื่องแขวนแบบแบนขนาดเล็ก ๆ

3) มีความน่าสนใจในรูปแบบและมีความน่าสนใจเป็นการเลือกที่ดีในการนำมาเป็นมาลัยสองชายให้ดูจากสัดส่วนของพวงมาลัยเมื่อคล้องคอแล้วให้มีความสมดุลไม่ยาวหรือสั้นเกินไป

ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำระ้วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบ

1) ออกแบบได้สวยงามสมส่วนดูสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว

2) ขอบรายละเอียดของตัวงานและมีรูปทรงดูมีความสวยงามชอบที่มีวัสดุอื่น ๆ มาใส่ในตัวงานทำให้ชิ้นงานดูน่าสนใจ รายละเอียดเล็ก ๆ อาจจะต้องลดลงเพื่อการผลิตในกรณีที่เกิดผลิตรจำนวนมากขึ้น ที่เยอะหรืออาจปรับปรุงรูปแบบของโบให้ดูแปลกตามากขึ้น

3) มีความสวยงามน่านำไปปรับประยุกต์ใช้ในงานโอกาสต่าง ๆ ได้ดี

4) สวยงามแปลกใหม่ อาจจะเปลี่ยนจากประจายามวงรีเป็นมาลัยกลมขนาดเล็ก

5) มีความสวยงาม เป็นงานที่ให้ความสบายตา มีความอ่อนไหว ดูจากแบบมีความสัมพันธ์ที่สามารถทำได้จริง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาได้แก่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.21 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.11 สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และสามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

ด้านสีสันทน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาได้แก่ มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีการออกแบบรูปสัญลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และมีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตาดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 และผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อยพลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาได้แก่ สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.22 เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 4.21 เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.11 และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

ด้านสีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาได้แก่ มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สอดคล้องกับผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.01 มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลลัพธ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาได้แก่ ผลลัพธ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ผลลัพธ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ผลลัพธ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.02 และผลลัพธ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลลัพธ์ของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยขำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ด้านการใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลลัพธ์มีความเหมาะสมในการประดับ ตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาได้แก่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.32 เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 4.21 สามารถนำไปใช้ประกอบการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.01 และมีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ด้านสีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาได้แก่ มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.87 และมีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สอดคล้องกับผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลลัพธ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาได้แก่ ผลลัพธ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลลัพธ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ผลลัพธ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และผลลัพธ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) ควรคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

2) ควรมีการนำปรากฏการณ์ของการทำธุรกิจบนแนวคิดแบบอนุรักษ์ โดยมีการนำนวัตกรรม และการจัดการตลาดเชิงสร้างสรรค์เข้ามาบริหารจัดการกับตลาดชุมชน โดยมีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน แต่ผลิตภัณฑ์ยังคงบ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ

3) แนวทางในการออกแบบมาลัยควรเริ่มจากการออกแบบมาลัยไทย ในด้านการใช้ลวดลายของมาลัย และด้านเครื่องประดับมาลัย ทำให้สามารถออกแบบมาลัยได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยการนำแนวคิดที่ได้ไปประยุกต์สู่การออกแบบสร้างสรรค์บริบทใหม่ให้กับพื้นที่ แสดงความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ของมาลัยด้วยเทคนิคการสร้างรูปทรง ภูมิปัญญาการใช้วัสดุ การจัดวางสีของวัสดุที่เหมาะสมกลมกลืน



เอกสารอ้างอิง

- กาญจวรรณ เหมหงษา. (2558). *แผนธุรกิจ ร้านดอกไม้ออนไลน์ Give you by Khun Sup Khun N.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ.
- การวัดความสำเร็จทางการตลาด. (ม.ป.ป). <http://learners.in.th/blog/ec-aon/12818>
- กรมศิลปากร. (2531). *จดหมายเหตุการณัฏรัชต์ กรุงรัตนโกสินทร์*. กองจดหมายเหตุแห่งชาติ.
- จำนง อติวัฒน์สิทธิ์. (2532). *ประวัติแนวความคิดทางสังคม*. โอเดียนสโตร์.
- จิตรภาพ ลีละวัฒน์. (2548). *บรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้กับรัฐวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- จิรวัดน์ สุภักศรีทิวัตต์ และ ชญาภัทร์ กี่อารีโย. (2563). แนวทางการพัฒนาการค้าสินค้าเกษตรสดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 32(115), 83 – 93.
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2527). *การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบทในการบริหารงาน พัฒนาชนบท*. โอเดียนสโตร์.
- ฉอาน วุฒิธรรมรักษา. (2526). *ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการสร้างงานในชนบท: ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการที่ได้รับรางวัลดีเด่น ของตำบลคิ่งพะยอม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชิต นิลพานิช และกุลธน ธนาพงศธร. (2532). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้ทั่วไปสำหรับการพัฒนาระดับตำบล*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชุมสาย สวนศิริ. (2534). *ดอกไม้สด*. ศรีสยามการพิมพ์จำกัด.
- ชูชมุโอซากิ. (2547). *สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับการตลาด*. เอกสารในการสัมมนาขององค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น. (อัดสำเนา).
- ณรงค์ วาริชล. (2551). *การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาเทศบาลสู่เมืองน่าอยู่. กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบางพระ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐณรงค์ สีสัน. (2560). *พวงมาลัยแห่งศรัทธากับการพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษา พวงมาลัยไม้ไผ่ของชุมชนผู้ไทยกุดหว้า ตำบลกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- คุชฎี โยเหลา และคณะ. (2556). การประเมินผลจากการชมภาพยนตร์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของนิสิตปริญญาตรี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้อัฒติพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดิน ปรัชพฤทธิ์. (2542). *ทฤษฎีองค์การ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). ไทยวัฒนาพานิช.
- ทานตะวัน อินทร์จันทร์. (2546). การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนย่อยในเขตเทศบาลเมืองลำพูน. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้อัฒติพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธเนศ เรืองเดช, ศรีนยา คุณะดิลก และ สุดาวดี เหมทานนท์. (2562). ความเข้มของสีของกล้วยไม้สกุลหวายพันธุ์ชาวसानาน (*Dendrobium 'Khao Sanan'*) ที่ย้อมด้วยสีผสมอาหาร เพื่อการจัดดอกไม้แบบไทยประณีตศิลป์. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(1), 110 – 120.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐานเทคนิคและกรณีตัวอย่าง. 598 Print.
- นิภาพร มีขำนาญ. (2554). กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับ: กรณีศึกษาหมู่บ้านดงบัง อำเภอมะนัง จังหวัดปราจีนบุรี. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้อัฒติพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2527). กลวิธีแนวทาง วิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาชุมชน. ใน *ทวิทอง หงส์วิวัฒน์ (บ.ก.), การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นือร ดาวเจริญพร. (2565). การให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้ เรื่อง การร้อยมาลัยของสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ประยุกต์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารวิจัยและนวัตกรรม*, 5(22), 149 – 161.
- เบญจรัชต์ เมืองไทย. (2538). ลัดเลาะคูเมือง สานตำนานไพร่ จดจรรีหน้าสุดท้าย เกาะรัตนโกสินทร์. *นิตยสาร HI-CLASS MAGAZINE*, 11(133).
- ปรัชญา เวสารัชช์. (2528). การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริชา มุสิกคามะ. (2551). *พลวัตเชิงพื้นที่และการฟื้นฟูบูรณะย่านพาณิชย์กรรมเก่าริมน้ำ* กรณีศึกษาย่านปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้อัฒติพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ปรีดา เจษฎวารางกุล. (2550). *การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขต เทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี*. [การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปิยะธิดา สีหะวัฒนกุล, อารยะ ไทยเที่ยง, อนุสรณ์ ใจทน, กิตติ ยอดอ่อน และ อัมพวัน. ยันเสน. (2559). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ จากผ้าขาวม้าเชิงสร้างสรรค์*. (รายงานการวิจัย). คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2550). *พลิกโฉมองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารชั้นเซียน*. ฐานการพิมพ์.
- พรรณพร บุญทศ, อติศักดิ์ สิงห์สีโว และ สมบัติ อัมระภา. (2558). *การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ เรื่องระบบนิเวศสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้เทคนิคการสร้างแรงบันดาลใจ*. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(4), 107 – 125.
- พรพิมล ศักดา และ บวร เครือรัตน์. (2561). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลนจังหวัดนครปฐม*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- พัฒนา เจริญสุข. (2551). *ศิลปะมาลัยไทยประยุกต์สู่การออกแบบภายใน ศูนย์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัทธา สายหู. (2529). *กลไกของสังคม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. (2551). *การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง*. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พิมล มองจันทร์. (ม.ป.ป). *ประเพณีการแห่มาลัยข้าวตอก*. www.gotoknow.org/posts/231269
- พิมพ์กคณิจ ปรีสัญญาตานนท์, อภิรดี เกษมสุข และ พิมลศิริ ประจงสาร. (2564). *การแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในย่านปากคลองตลาด บนความสัมพันธ์กับแนวคิดของการอยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์: บทนำสู่การศึกษาสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน*. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.*, 33(23), 1 – 14.
- พีรติ จึงประกอบ. (2561). *แนวทางการสร้างสรรค์งานออกแบบสัญลักษณ์ความเชื่อความศรัทธา แห่งพวงมาลัยไทย*. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 14(2), 109 – 138.
- พัสวีสิริ เปรมกุลนันท์. (2560). *วัด-วัง ในพระราชประสงค์พระจอมเกล้าฯ*. มติชน.
- ภูเบศร์ สมุทรจักร. (2552). *Inspiration พลังแห่งลมหายใจไฟในการทำงาน*. Productivity World.
- ภูษิต คำชมพู. (2550). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดสบู่สมุนไพรในแนวทางการส่งเสริมการ-จำหน่าย*. นครสวรรค์.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ยุทธพงษ์ เข้าประมงค์. (2555). *การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาล ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชาจังหวัดชลบุรี*. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุพาพร รุปางาม. (2545). *การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงบประมาณ ในการปฏิรูประบบราชการ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ยุพิน ระพิพันธุ์. (2544). *ความรู้ ทักษะและการจัดการที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของ คณะกรรมการชุมชนในการจำแนกประเภทมูลฝอยที่ใช้ในชีวิตประจำวันก่อนทิ้งในเขต เทศบาลเมืองพนัส อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เยาวมาลย์ จ้อยจุฬี. (2542). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการมูลฝอย: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ยศ สันตสมบัติ, ทวีช จตุรพฤกษ์, สุชาติ เศรษฐมาลินี, สุพรรณ อินผูก, สุรศักดิ์ ป้อมทองคำ, ตรีภพ ทิพย์ศักดิ์, อาสีมะ ยาเขต, ชานาญ ไพเรศศิริ, จำทอ ปะทือ, อัมพันธ์ เล่าเรียนดี, หอม แซ่ลี, สุพรรณ พิทักษ์พนาสิทธิ์ และ ชูวิทย์ เขียวสุวรรณ. (2547). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการ. <https://www.nstda.or.th/brt/images/book/052.pdf>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2502). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493*. โรงพิมพ์พระจันทร์.
- รัตนลักษณ์ ปัญจวุฒิพัฒน์. (2547). *งานดอกไม้สดในวัฒนธรรมไทย*. เศรษฐศิลป์.
- เรก ปัทมสิริวัฒน์. (2547). *ทุนสังคม และทุนทางวัฒนธรรมในระบบเศรษฐกิจและการจัดการยุคใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- รจเรช ปรีกราน และ ฉัตรวรัญ องค์กรสิงห์. (2562). นวัตกรรมจัดการตลาดชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ปากคลองตลาด. *วารสารสหวิทยาการวิจัย*, 8(2), 125 – 133.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2531). *การพัฒนาชนบทไทย*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2556). *พระพุทธรูปในประเทศไทย: รูปแบบ พัฒนาการ และความเชื่อของคนไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์. (2653). ชุมชนปากคลองตลาด. <http://www.resource.lib.su.ac.th/rattanakosin/index.php>

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สำนักเขตพระนคร. (2564). ปากคลองตลาด. <https://webportal.bangkok.go.th/pranakorn/page/sub/22136>
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). ปากคลองตลาด. https://www.matichon.co.th/local/news_37127
- สุภาพร สัมโย และ อำนวย อรรถลั้งรอง. (2563). *สถานการณ์ไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย ปี 2563 (มกราคม-มีนาคม)*. สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร.
- สมคิด นันตะ อรพินท์ อินวงศ์ และ สิทธิชัย อุ่นสวน. (2564). การยกระดับสินค้าด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปิน ในกลุ่มจังหวัดล้านนา. *วารสารปัญญาปณิธาน*, 6(2), 99 – 112.
- สมคิด จิระทัศนกุล. (2547). *รูปแบบพระอุโบสถและพระวิหารในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว*. เมืองโบราณ.
- อรพรรณนา ภมรสวรรณ. (2544). *การมีส่วนร่วมของสมาชิกนิคมในการจัดการ นิคมสร้างตนเอง เพื่อการพึ่งตนเอง: ศึกษากรณีสร้างตนเองภาคใต้ตามแผนถนนสภาพนิคม*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุทิศ ทาหอม, พิเชิต วันดี และสำราญ ฐระตา. (2558). ทูทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านตามาจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*, 11(2), 57.
- องค์กรตลาดกระทรวงมหาดไทย. (2559). *แผนยุทธศาสตร์การจัดการตลาด*. <https://www.market-organization.or.th/history.php>.
- เอส.เอส.อนาคามี. (2555). *พลังสร้างสรรค์ จากแรงบันดาลใจ*. สยามมิส พับลิชชิ่ง เฮ้าส์.
- Cohen, J. M. & Uphoff, N. T. (1977). *Rural Development Participation: Concepts and Measures for Project Design, Implementation and Evaluation*. The Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- David Patt. (n.d.). *The Commodification of Buddhism in the American Marketplace*. <http://www.beimont.cdu/Sociology/classes/RelCommodified.htm>
- Erwin, W. (1976). *Participation Management: Concept Theory and Implementation*. Georgia State University.
- Greenwood, Davydd J. (1989). Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. *In Hosts and Guests*, 171-185.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Hofstede, G. (2010). Geert HofstedeTM culturaldimensions. http://www.taylortraining.com/clients/mcc/Hofstede_Cultural_Dimension_Explained%28external%29.pdf
- Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region. (2005). A Study on creativity index. Hong Kong: The Hong Kong Special Administrative Regionism. <http://www.ggy.bris.ac.uk/staft/information/ggpjc/commodification.htm>
- Lee, J. A., Garbarino, E., & Lerman, D. (2007). Howcultural differences in uncertainty avoidance affectproduct perceptions. *International Marketing Review*, 24(3), 330 – 349.
- Mgronline. (2551). ฉีกกรอบแนวคิดเนรมิตความรวยด้วยดอกไม้. <https://mgronline.com/smes/detail/9510000046652>
- Region Throsby, D. (2001). *Economy and Culture*. The Press Syndicate of the University of Cambridge, Cambridge.
- TCDC. (2020). Art and design. <http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/17101/#-ศิลปะกับการออกแบบ-บทเรียนบทเก่าที่อาจต้องทบทวนใหม่>
- Vcharkarn.com. (2020). Design. <http://www.vcharkarn.com/vcafe/120491>
- Watcharin Charungchittisunthorn. (2005). *i.d. story theory & concept of design*. iDesign Publishing.
- Yalcinkaya, G. (2008). A culture-based approach tounderstanding the adoption and diffusion of newproducts across countries. *International Marketing Review*, 25(2), 202 – 214.
- Yeniyurt, S., & Townsend, J. D. (2003). Does cultureexplain acceptance of new products in a country?: An empirical investigation. *International Marketing Review*, 20(4), 377 – 396.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

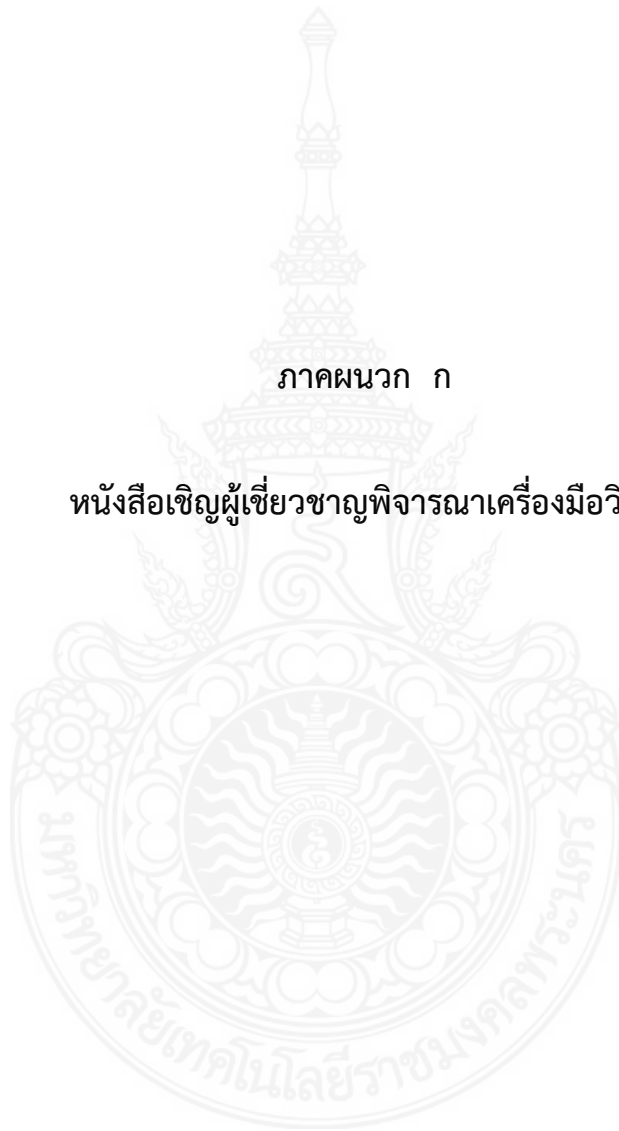
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบ
มัลย์ของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก ค แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC

ภาคผนวก ง แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์มัลย์

ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย



ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๔๘๘



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัครพล ไชยงคำ

ด้วย นายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่ม
ชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และ
คุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบมาลัย ให้กับ
นายชลาศัย จินตกานนท์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๔๘๙



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน คุณภาคภูมิ แก้วดวงดี

ด้วย นายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่ม
ชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และ
คุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบพวงมาลัย ให้กับ
นายชลาศัย จินตกานนท์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตร์โยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๓๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๔๙๐



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน คุณหนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก

ด้วย นายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบพวงมาลัย ให้กับ นายชลาศัย จินตกานนท์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๔๙๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ มกราคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน คุณมาลินี กอเจริญสมบุรณ์

ด้วย นายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบพวงมาลัย ให้กับ นายชลาศัย จินตกานนท์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตร์โยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔.....

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๔๙๒..... วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๖.....

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย.....

เรียน อาจารย์ขจร อิศราสุชีพ

ด้วย นายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบพวงมาลัย ให้กับ นายชลาศัย จินตกานนท์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสทรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๓๗๗๙



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัครพล ไชยงค์

ด้วยนายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านเนื้อหาและประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม ให้กับนายชลาศัย จินตกานนท์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภพ โสทรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์กลาง : em.hec@rmutp.ac.th

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๓๗๘๐



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักรพันธ์ รูปงาม

ด้วยนายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านเนื้อหาและประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม ให้กับนายชลาศัย จินตกานนท์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์กลาง : em.hec@rmutp.ac.th

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๓๗๘๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณหนึ่งฤทัย ทรัพย์อุดมมาก

ด้วยนายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านเนื้อหาและประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม ให้กับนายชลาศัย จินตกานนท์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อณภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์กลาง : em.hec@rmutp.ac.th

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๓๗๘๒



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน คุณวิทยา เปลี่ยนจันทิก

ด้วยนายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านเนื้อหาและประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม ให้กับนายชลาศัย จินตกานนท์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสทรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์กลาง : em.hec@rmutp.ac.th

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๖ ๓๓๙๑ ๕๑๙๙



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ..คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ งานบัณฑิตศึกษา โทร.๘๒๖๒-๔.....

ที่ อว.๐๖๕๒.๐๓/๓๗๘๓..... วันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๖.....

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย.....

เรียน อาจารย์ขจร อิศราสุชีพ

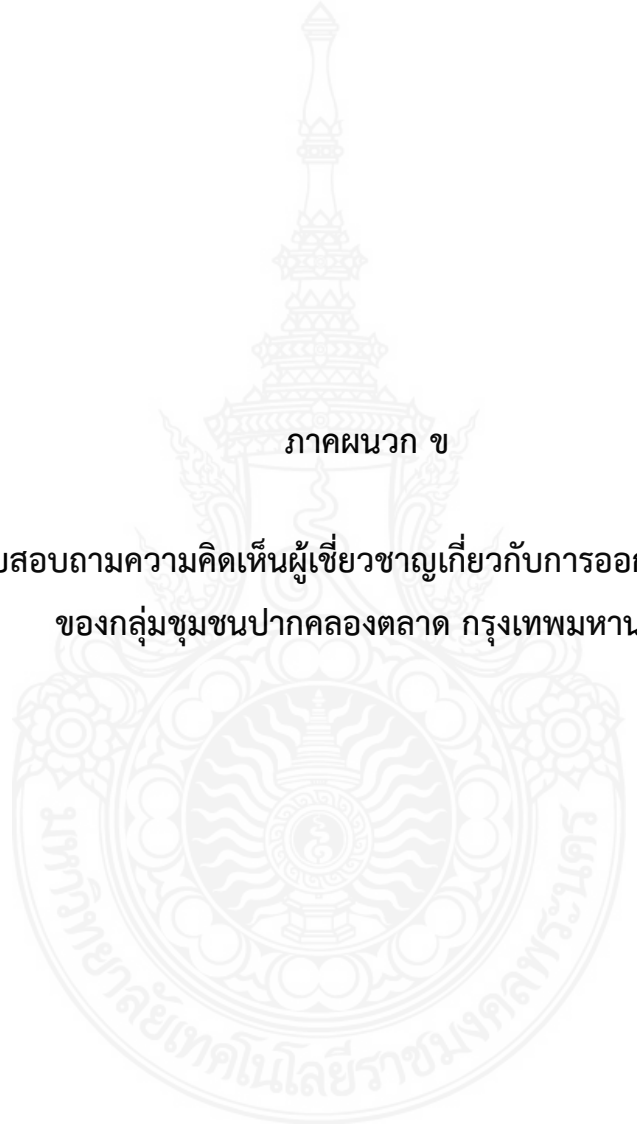
ด้วยนายชลาศัย จินตกานนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.สุชีรา ผ่องใส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านเนื้อหาและประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม ให้กับนายชลาศัย จินตกานนท์

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบมาลัย
ของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด
กรุงเทพมหานคร

งานวิจัยเรื่อง “การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

คำอธิบาย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและออกแบบรูปแบบของพวงมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์พวงมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์พวงมาลัยของกลุ่มชุมชน

ปากคลองตลาด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อการออกแบบพวงมาลัย ประกอบด้วย พวงมาลัยชายเดี่ยว พวงมาลัยสองชาย และพวงมาลัยขำร่วย จำนวนชิ้นละ 3 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 9 รูปแบบเพื่อให้ท่านพิจารณาคัดเลือกรูปแบบของผลิตภัณฑ์พวงมาลัยให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้เหลือชนิดละ 1 รูปแบบ เพื่อนำไปผลิตเป็นพวงมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาดต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นเพื่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

ชลาศัย จินตกานนท์

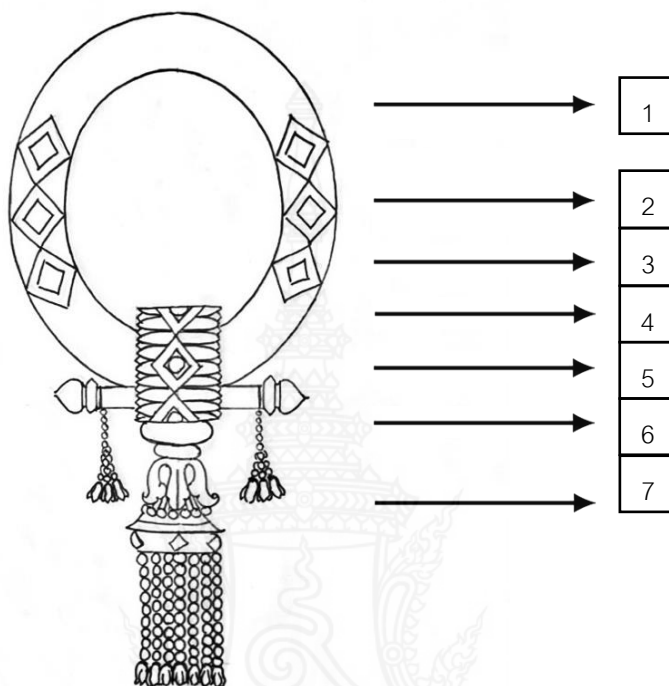
นักศึกษาหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

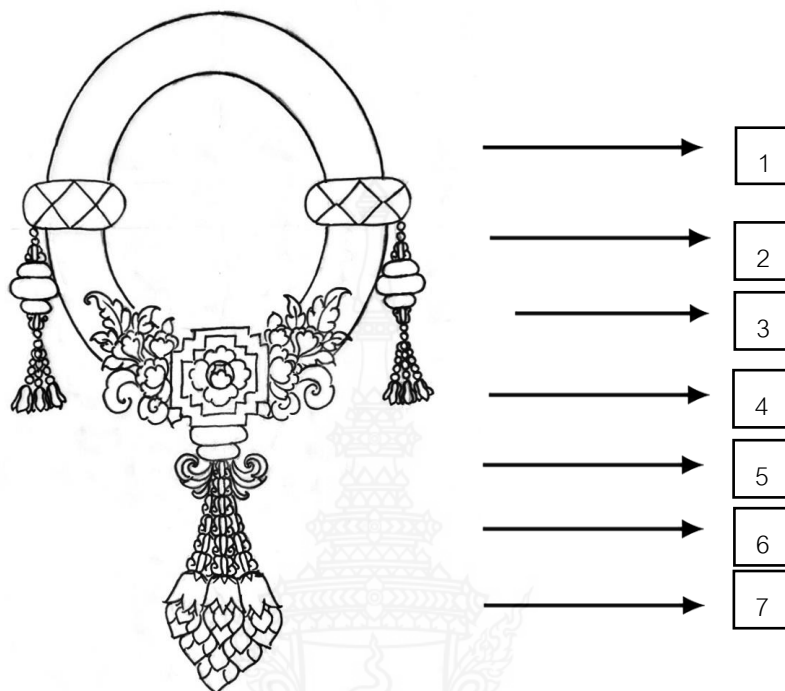
คำชี้แจง จงใช้รูปภาพประกอบการพิจารณาการออกแบบมาลัยชายเดี่ยว

1. มาลัยชายเดี่ยว แบบที่1



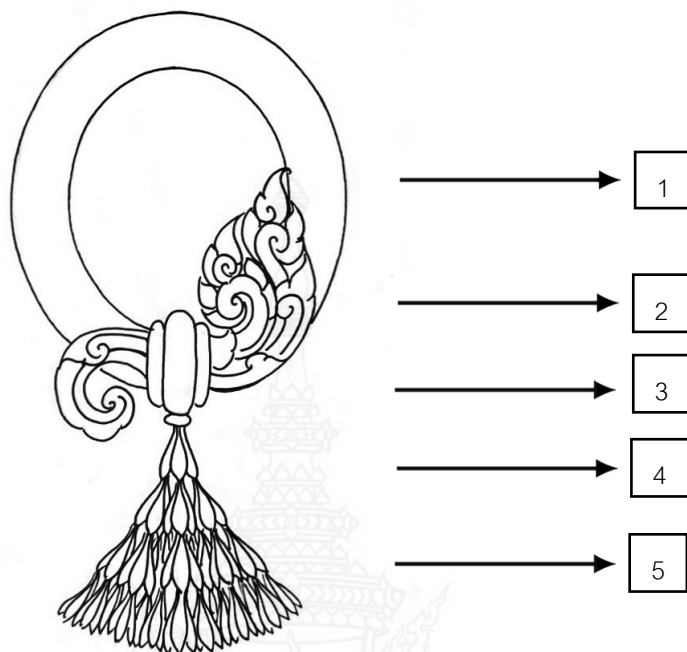
หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมาลัยกลมลายตาประชุม
2	มาลัยแบนลายข้าวหลามตัด
3	ไม้กลิ้ง
4	อุบายไทยขนาดเล็ก
5	ดอกไม้ประดิษฐ์รูปทรงลายไทย
6	มาลัยซี่กรัดข้อมาลัย
7	อุบายแขก (พวงแก้ว)

2. มาลัยชายเดี่ยว แบบที่ 2



หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมลัยกลมล้วน/ไม่มีลาย
2	มลัยซี่กลายข้าวหลามตัด
3	อุบะฟูลักษณะโคม
4	ดอกไม้ประดิษฐ์ (ช่อเอื้อง)
5	มลัยซี่กรัดข้อมลัย
6	กนกลายไทย
7	อุบะฟู

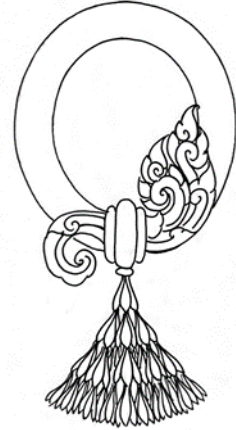
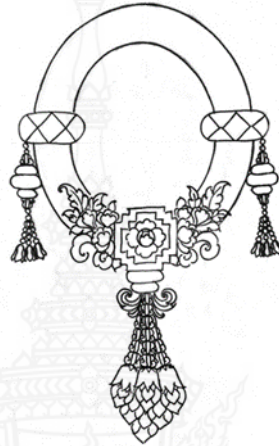
3. มาลัยชายเดี่ยว แบบที่ 3



หมายเลข	รายละเอียด
1	ตัวพวงมลัยกลม
2	กนกกลายไทยดอกไม้ประดิษฐ์
3	มลัยซีก
4	มลัยซีกรัดข้อมาลัย
5	อุบะแตรระ

คำชี้แจง จงเลือกพวงมาลัยที่ชอบและกรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน และแสดงความคิดเห็นของท่านพร้อมให้เหตุผลประกอบการจากการพิจารณารูปข้างต้น

1. ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว



การออกแบบมาลัยชายเดี่ยว แบบที่ 1 การออกแบบมาลัยชายเดี่ยว แบบที่ 2 การออกแบบมาลัยชายเดี่ยว แบบที่ 3

ความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เลือก

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

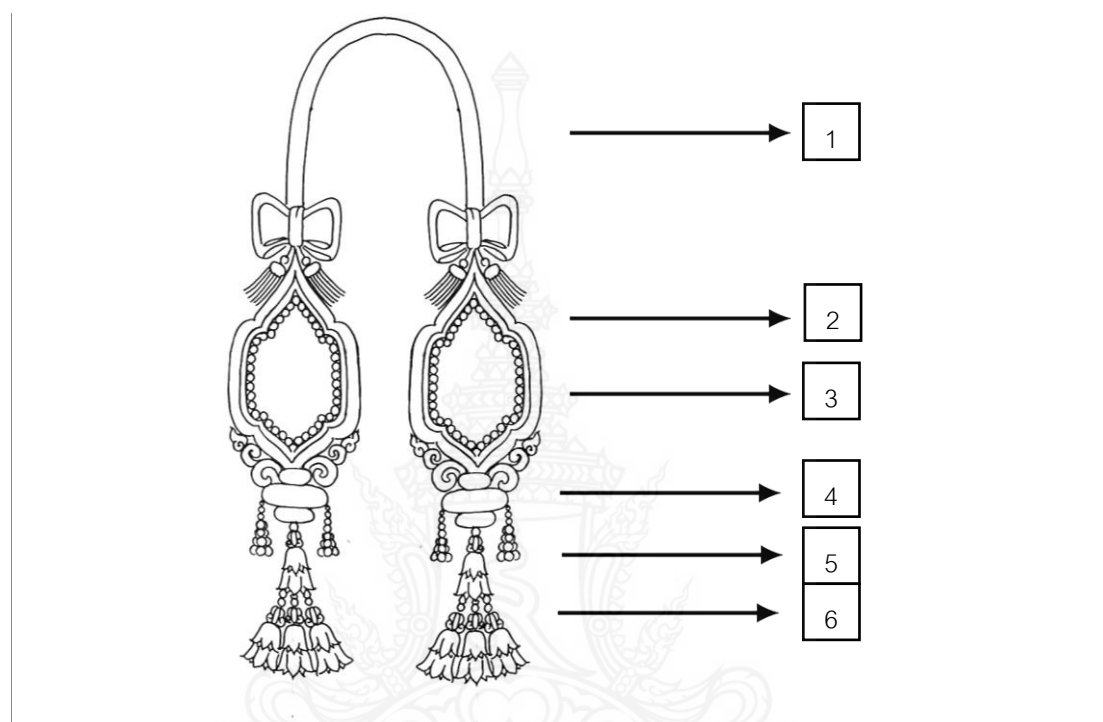
.....

.....

.....

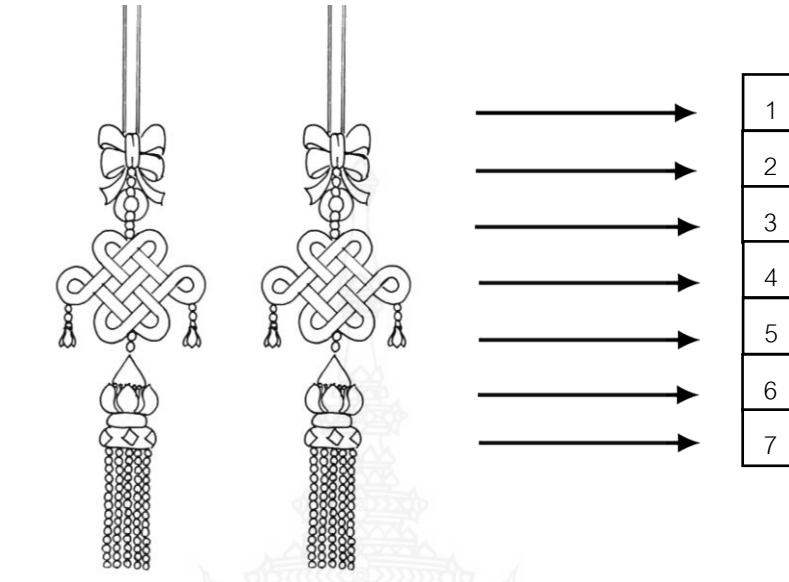
คำชี้แจง จงใช้รูปภาพประกอบการพิจารณาการออกแบบมาลัยสองชาย

1. มาลัยสองชาย แบบที่ 1



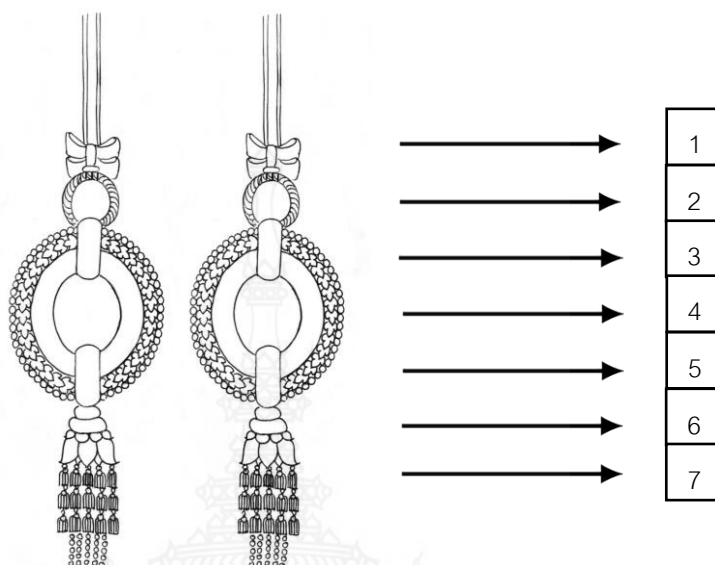
หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เย็บริมขอบแบบกลีบกุหลาบ
3	ตะขาบ
4	รัดข้อมาลัย
5	ดอกไม้ประดิษฐ์หลายกนก
6	อุบะไทยทรงเครื่อง
7	อุบะไทย

2. มาลัยสองชาย แบบที่ 2



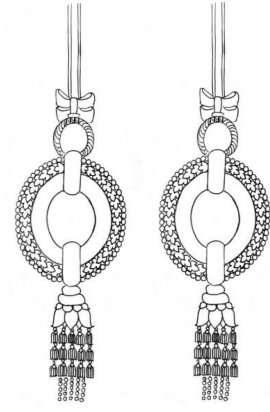
หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เชือกถัก(ไหมจีน)
3	แหวนหยก
4	อุบะตุ้งตุ้ง
5	ทำดอกไม้ประดิษฐ์ดอกโบตั๋น
6	มาลัยซีกรัดข้อ
7	อุบะพู่เงิน

3. มาลัยสองชาย แบบที่ 3



หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	มลัยกลม
3	แหวนถักเชือก
4	ดอกไม้ประดิษฐ์
5	มลัยซีก
6	มลัยซีกรัดข้อ
7	อุบะพู่ดอกไม้ประดิษฐ์

2. ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย



- การออกแบบมาลัยสองชาย แบบที่ 1
 การออกแบบมาลัยสองชาย แบบที่ 2
 การออกแบบมาลัยสองชาย แบบที่ 3

ความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เลือก

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

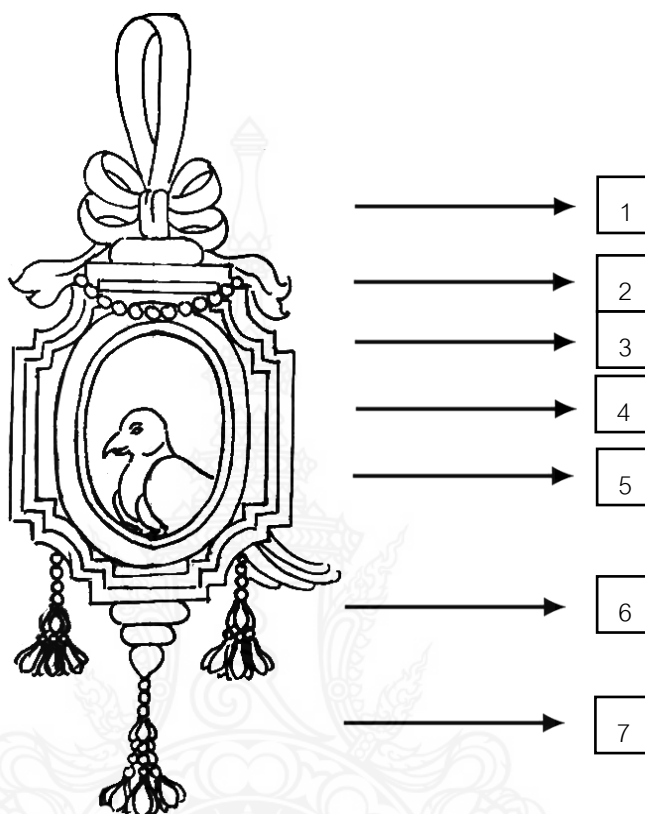
.....

.....

.....

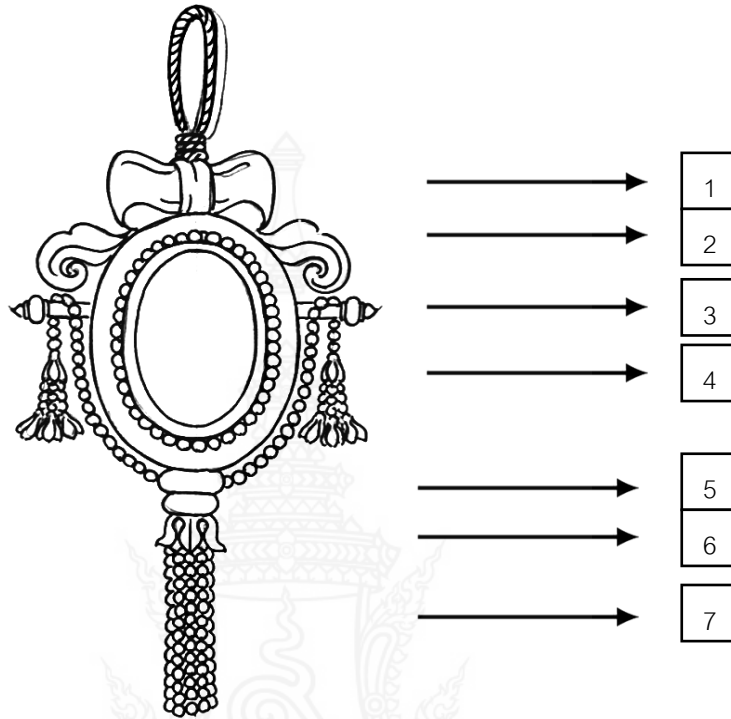
คำชี้แจง จงใช้รูปภาพประกอบการพิจารณาการออกแบบมาลัยชำร่วย

1. มาลัยสองชาย แบบที่ 1



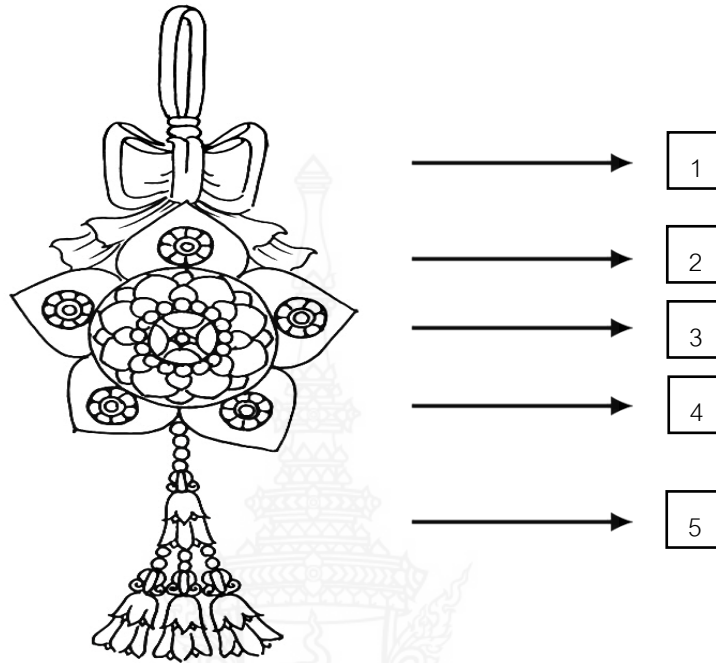
หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์รับbinผ้า
2	เฟืองเอกพุด
3	ตะขาบ
4	ดินไทยbinตามรูปทรง
5	นกประติษฐ์
6	มาลัยซีกรดข้อ
7	อุบะไทยทรงเครื่องขนาดเล็ก

2. มาลัยสองชาย แบบที่ 2



หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	ประจํายามวงรี
3	ร้อยดอกพุดเก็บขอบ
4	เฟืองอุบะไทยทรงเครื่อง
5	มาลัยซีกรัดข้อ
6	ดอกไม้ประดิษฐ์
7	อุบะพู่

3. มาลัยสองชาย แบบที่ 3



หมายเลข	รายละเอียด
1	โบว์ริบบิ้นผ้า
2	เรียงประจํายามรูปดาว
3	ดอกไม้ประดิษฐ์รูปทรงดอกบัว
4	ดอกไม้ประดิษฐ์ดาวกระจาย
5	อุบะไทยทรงเครื่อง

3. ประเภทที่ 3 มาลัยชำร่วย



การออกแบบมาลัยชำร่วย
แบบที่ 1



การออกแบบมาลัยชำร่วย
แบบที่ 2



การออกแบบมาลัยชำร่วย
แบบที่ 3

ความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เลือก

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC



แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

แบบสอบถามเรื่อง ความพึงพอใจที่มีผลต่อการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด

กรุงเทพมหานคร

เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (IOC) โดยกำหนดตัวเลือกเป็นมาตรวัด 3 ระดับ ดังนี้

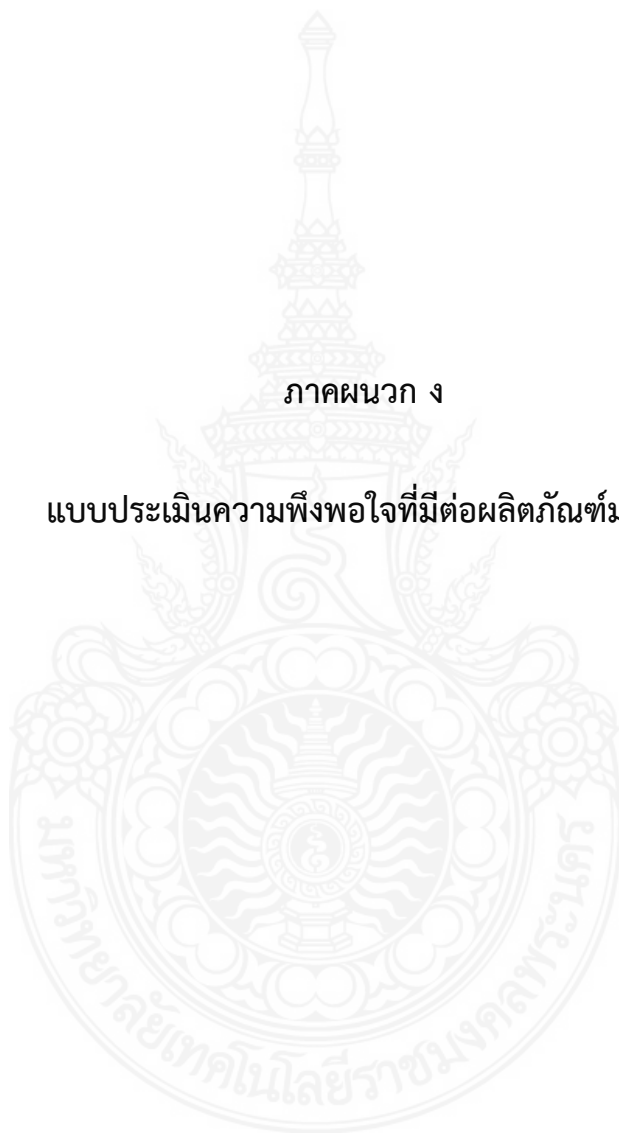
- 1 หมายถึง แน่ใจว่า ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่
- +1 หมายถึง แน่ใจว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผล
		1	2	3		
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม						
1	เพศ	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
2	อายุ	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
3	อาชีพ	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
4	รายได้	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
5	การศึกษา	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
ความพึงพอใจที่มีผลต่อการออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร						
ด้านการใช้สอย						
1	เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
2	เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
3	ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
4	มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
5	สามารถนำไปใช้ประกอบการสอน	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน

ข้อที่	รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผล
		1	2	3		
ด้านสีสัน						
1	มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
2	มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
3	มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
4	มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
5	มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
ด้านความสวยงาม						
1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
2	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
3	ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
4	ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
5	ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน

ภาคผนวก ง

แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์มาลัย



แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์มาลัย

คำชี้แจง

1. การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามฉบับนี้มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับการศึกษา ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ผลในภาพรวม จึงไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยตัวของท่านเอง เพื่อความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถูกต้อง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ชลาศัย จินตกานนท์

นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในรูปแบบของค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.1 เพศ

() ชาย () หญิง

1.2 อายุ

() น้อยกว่า 25 ปี () 25-35 ปี
 () 36-45 ปี () 46-55 ปี
 () มากกว่า 55 ปีขึ้นไป

1.3 อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา () รับราชการ
 () พนักงานบริษัทเอกชน () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ

1.4 รายได้

() ต่ำกว่า 10,000 () 10,001- 15,000 บาท
 () 15,0001-25,000 บาท () 25,001-30,000 บาท
 () 30,001-35,000 บาท () มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป

1.5 การศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีผลิิตภัณฑ์การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาประเมินข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ
ความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

2.1 ผลิิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ผลิิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดี่ยว เลือกใช้ลวดลายที่ 2	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
ด้านการใช้สอย					
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย					
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย					
3. ผลิิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้อง อาคาร บ้านเรือน					
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก					
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน					
สีสัน					
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม					
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือความนิยมในปัจจุบัน					
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์					
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น					
5. มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย					
ความสวยงาม					
1. ผลิิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้					
2. ผลิิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์					
3. ผลิิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ					
4. ผลิิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พริ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ					
5. ผลิิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่ง บ้าน					

2.2 ผลិតภณฑ์มัลลั ผลิตภณฑ์มัลลัประภทที่ 2 มัลลัสงขย เลอกใช้ลวดลายที่ 1

ผลิตภณฑ์มัลลั ประภทที่ 2 มัลลัสงขย เลอกใช้ลวดลายที่ 1	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
ด้ำนการใ้สอย					
1. เป็นการสงเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย					
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมัลลั					
3. ผลิตภณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้อง อาคาร บ้านเรือน					
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก					
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน					
สีสัน					
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม					
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือความนิยมในปัจจุบัน					
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์					
4. มีการออกแบบรูปปลั๊กชันที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น					
5. มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย					
ความสวยงาม					
1. ผลิตภณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้					
2. ผลิตภณฑ์บ่งบอกถึงการใ้ฝีมือในการประดิษฐ์					
3. ผลิตภณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ					
4. ผลิตภณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ					
5. ผลิตภณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่ง บ้าน					

2.3 ผลិតภณฑมาลย ประเภทที่ 3 พวงมาลยชำระวย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ผลิตภณฑมาลย ประเภทที่ 3 พวงมาลยชำระวย เลือกใช้ลวดลายที่ 2	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
ด้านการใช้สอย					
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย					
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลย					
3. ผลิตภณฑมีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้อง อาคาร บ้านเรือน					
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก					
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน					
สีสัน					
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม					
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือความนิยมในปัจจุบัน					
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์					
4. มีการออกแบบรูปปลั๊กชันที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น					
5. มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย					
ความสวยงาม					
1. ผลิตภณฑมีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้					
2. ผลิตภณฑบ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์					
3. ผลิตภณฑบ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ					
4. ผลิตภณฑมีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ					
5. ผลิตภณฑมีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่ง บ้าน					

ประวัติการศึกษาและที่ทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายชลาศัย จินตกานนท์
วัน เดือน ปีเกิด 16 ธันวาคม 2538
ที่อยู่ปัจจุบัน 600 หมู่ 6 ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ สาขาคหกรรมศาสตร์ศึกษา	2561
มัธยมศึกษา	โรงเรียนบางสะพานวิทยา	2555

ประวัติการทำงาน

2559 – ปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจงานดอกไม้สด

