



รายงานการวิจัย
เรื่อง

พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัด
นครนายก : มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่
Development of Souvenir Handicrafts in
Nakhon Nayok : Streak Plum Mango from Soap

ผศ.ดร.แสงอรุณ เชื้อวงศ์บุญ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต



รายงานการวิจัย

เรื่อง

พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัด

นครนายก : มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่

Development of Souvenir Handicrafts in

Nakhon Nayok : Streak Plum Mango from Soap

ผศ.ดร.แสงอรุณ เชื้อวงศ์บุญ

โรงเรียนการเรือน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560)

หัวข้อวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าว
 ริ้วประดิษฐ์จากสบู่
ผู้ดำเนินการวิจัย แสงอรุณ เชื้อวงศ์บุญ
ที่ปรึกษา นางสาวกนกกานต์ วีระกุล นางสาวจิราภรณ์ ทองตัน
หน่วยงาน หลักสูตรคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ. 2561

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่และเพื่อศึกษาแนวทางในการทำการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้นำและตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมพชร อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ จำนวน 12 คน ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครนายก จำนวน 15 คนและกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครนายก ได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญจำนวน 80 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบคำถามในการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์จัดเรียงแต่ละประเด็นแล้วเขียนเป็นความเรียง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายผลการศึกษา พบว่า ชุมชนหมู่บ้านพรหมพชร มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด ต้องการสบู่ทำความสะอาดร่างกาย ทั้งสบู่ก้อน สบู่เหลวและครีมอาบน้ำเพื่อเป็นทางเลือกให้กับคนในชุมชน สำหรับสบู่ก้อนผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวต้องการทั้งสีขุ่นและสีใส รูปร่างเหมือนลูกมะพร้าวเพราะดูเหมือนมะพร้าวจริง ๆ สีของสบู่ก้อนควรเป็นสีใกล้เคียงกับสีของมะพร้าวที่สุด คือ สีเหลืองอมส้ม มีกลิ่นที่หอมเหมือนสบู่หอมอื่น ๆ ให้มีกลิ่นอ่อน ๆ มีวดลายเป็นร่องเป็นริ้วสวยงามบนก้อนสบู่ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ให้การยอมรับสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวจนิต S1C2 และชนิด S2C2 ทั้งที่เป็นเนื้อสีขุ่นและเนื้อสีใส ที่มีสีใกล้เคียงสีของมะพร้าวมากที่สุด สำหรับลายริ้วที่เหมาะสมกับการแกะสลักเป็นมะพร้าวประดิษฐ์ 3 ลำดับแรกคือ ลายริ้วตรง ลายริ้วเกลียวและลายริ้วไปไม้ ส่วนผู้เข้าอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว มีความคิดเห็นและให้ความสำคัญต่อ ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่นในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการดำรงลักษณะของศิลปหัตถกรรม ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์และด้านความสวยงาม ตามลำดับ

การศึกษาแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ จากการสนทนากลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเกี่ยวกับสบู่ สบู่สมุนไพรและเครื่องสำอางค์ในจังหวัดนครนายก พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นแนวความคิดที่ดีและทำได้สวยงาม ควรทำเป็นอัตลักษณ์ของนครนายกให้ได้ ควรทำทั้ง 2 แบบ คือมะพร้าวที่ยังไม่ปอกริ้วและมะพร้าวที่ปอกริ้ว ทั้งเนื้อสบู่สีขุ่นและเนื้อสบู่สีใส กลิ่นของสบู่ควรทำให้มีกลิ่นหอมและให้หอมอยู่นาน ควรให้ได้กลิ่นที่ใกล้เคียงมะพร้าวมากที่สุด ด้านบรรจุภัณฑ์ควรทำกล่องบรรจุภัณฑ์โดยเปิดหน้าต่างมี

แผ่นพลาสติกใสให้เห็นผลิตภัณฑ์และหาวิธีปิดช่องหน้าต่างเพื่อจะช่วยให้มีราคาสูงและช่วยให้สีของผลิตภัณฑ์ไม่ซีด ด้านราคา มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ประดิษฐ์ที่ละชิ้นทำรูปร่างขึ้นมาเหมือนรูปร่างมะพร้าวจริงในขนาดน้ำหนัก 50 กรัม ควรจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าสบู่อื่นๆ ในราคา ก้อนละประมาณ 50 บาท ด้านการจัดจำหน่าย จังหวัดนครนายกมีกลุ่มหัตถกรรมในอำเภอปากพลีคือ กลุ่มหัตถกรรมไทยพวน เป็นกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานวัฒนธรรมและหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัด กลุ่มที่ผลิตมะพร้าวประดิษฐ์ซึ่งถือเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมหนึ่งของไทยควรจัดกิจกรรมเคลื่อนไหรร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมไทยพวนจังหวัดนครนายก โดยจัดให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ มีการสาธิตการแกะสลักมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมขั้นตอนการทำที่ต้องประณีตและสวยงาม พร้อมจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่จะได้ราคาที่สูงขึ้นและจัดวางจำหน่ายในร้านนารายณ์ภัณฑ์และร้านต่าง ๆ ในสนามบินได้ซึ่งส่วนมากจะจำหน่ายให้กับชาวต่างชาติ เป็นการเผยแพร่ผลงานฝีมือทางวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยได้อีกทางหนึ่ง

Research Title	Development of Souvenir Handicrafts in Nakhon Nayok : Streak Plum Mango from Soap
Researcher	Sangaroon Chuawongboon
Research Consultants	Kanokkan Veerakoon Jiraporn Thongtan
Organization	Bachelor of Arts Program in Home Economic, School of Culinary Arts, Suan Dusit Rajabhat University.
Year	2018

The Purposes of this research were: to study the demand for souvenir handicrafts, streak plum mango from Soap, to design and develop souvenir handicraft and also to marketing research of this product. The tools used in the study were questionnaire and interviews. The population used in this research were 10 leaders and representatives of the communities of Prompetch village, Pak Phli district , Nakhon Nayok province. The sample by purposive sampling were 12 vegetable ,fruit and soap carving experts ,15 producers and distributors in Nakhon Nayok province to be a focus group while 80 peoples who lived in Nakhon Nayok province by accidental sampling. The data from interviews and questionnaires during group discussions were analyzed into topics and descriptions. The statistics used in data analysis are descriptive statistics : percentage, mean, and standard deviation. The study found that Prompetch Village community needed the cleaning product either soaps, liquid soap and shower gel as an option for people in the community. For the soap with the mixer of plum mango essence can be made in opaque and clear color look like real plum mango with the same smell as other soap but the smell should not be strong. Furthermore, the texture should have nice streak on the soap to create an innovation and unique product . The experts in carving vegetables, fruit and soap agree that the soap with S1C2 and S2C2 plum mango essence both opaque and clear color which were most similar to real plum mango. For stripe pattern suitable for engraving was 3 types, straight stripe, spiral stripe and leaves stripe pattern. The participants who attended the workshop recognized about the local materials usage most, followed by retaining handicraft art concerning image, utilization and beauty respectively.

The marketing solution study in distributing streak plum mango soap from a group discussion, producers and distributors of herbal soaps and cosmetics in Nakhon Nayok province found that on product aspect streak plum mango soap was a good idea and beautiful and should be as Nakhon Nayok 's identity. They should be done

in two types (with stripe and without stripe), in both opaque and clear color .The smell should be sweet and long lasting with the smell was most similar to real plum mango. The packaging should be a boxed with clear plastic window which can see the product, should find the way to close the window to made a high price and help the color of the product stay longer. On pricing aspect, the product is a piece to piece skill, invention as a real mango plum in size 50 grams. They should be sold at a higher price than other soaps on distribution at about 50 baht per piece. On distribution aspect, there are handicraft groups in Pak Phli district ,Thai phuan handicraft groups which promoted by cultural and tourism sectors of the province. Streak plum mango from soap is considered as one of Thai cultural product. The group of Thai handicraft should organize activities with Thai handicraft groups in Nakhon Nayok province as a learning center to demonstrate the artificial streak plum mango carving from soap to show the tourists on the carving procedure which are neat and beautiful. Streak plum mango will upgrade the price of the soap and on sale in Naraiphan and other shops in the airports which mostly sell to the foreigners. This is another way of propaganda Thai cultural skill product as a Thai identity.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จด้วยดีจากการให้ความร่วมมือร่วมใจของบุคคลหลายฝ่ายทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยสวนดุสิตที่สนับสนุนงบประมาณในการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จ

ขอขอบคุณคณาบดีโรงเรียนการเรือนที่ให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษาในการวิจัย

ขอขอบคุณ ดร.จิราภรณ์ ทองตัน ที่ให้ความช่วยเหลือทั้งด้านปฏิบัติการในห้องปฏิบัติการในศูนย์เครื่องมือมหาวิทยาลัยสวนดุสิตและให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรและบุคคลต่าง ๆ ในจังหวัดนครนายกที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณบุคลากรของหน่วยงานราชการหลายหน่วยงานในจังหวัดนครนายกที่ให้ความร่วมมือในการทำการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์จากผลงานการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบและบูชาครูอาจารย์ทั้งหลายที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้ได้ทำงานวิจัยในครั้งนี้

แสงอรุณ เชื้อวงษ์บุญ

2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์	6
สบู่อ	12
มะพร้าว มะยงชิด	19
มะพร้าวรีวของไทย	23
แนวคิดทางการตลาด	26
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม	34
ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครนายก	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
กรอบแนวคิดในการวิจัย	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	47
การศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีว ประดิษฐ์จากสบู่	47
การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์ จากสบู่	48
การศึกษาแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะพร้าวรีวประดิษฐ์ จากสบู่	51

บทที่ 4	ผลการวิจัย	52
	ผลการศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าว ประดิษฐ์จากสบู่	52
	ผลการศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	59
	ผลการศึกษาแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะพร้าว ประดิษฐ์จากสบู่	69
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	74
	สรุปผลการวิจัย	74
	อภิปรายผล	78
	ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม		81
	บรรณานุกรมภาษาไทย	81
	บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	84
ภาคผนวก		85
	ภาคผนวก ก เครื่องมือในการวิจัย	86
	ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและผู้เข้าร่วมกิจกรรม	102
	ภาคผนวก ค ผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	118
	ภาคผนวก ง วัสดุและอุปกรณ์ในการทำสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว	124
	ภาคผนวก จ ภาพกิจกรรม	132
ประวัติผู้วิจัย		141

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.2	ความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่ผลิตจากมะพร้าว	56
4.3	ความต้องการรูปทรงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก	56
4.4	ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก	57
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการ ในภาพรวม	57
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์	58
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการ ด้านราคา	58
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	59
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	50
4.10	ผลการทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH Radical Scavenging Assay	60
4.11	คำรับสบูผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว	61
4.12	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับสบูผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว	63
4.14	คำรับสบูผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวที่ผู้เชี่ยวชาญยอมรับ	65
4.15	คะแนนรวมและลำดับลายริ้วบนสบู่ที่เหมาะสมสำหรับการแกะสลักเป็นมะพร้าวประดิษฐ์	65
4.16	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นการทำมะพร้าวริ้วประดิษฐ์จากสบู่ ในภาพรวม	68
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นการทำมะพร้าวริ้วประดิษฐ์จากสบู่ ด้านรูปลักษณะและการใช้ประโยชน์	68
4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นการทำมะพร้าวริ้วประดิษฐ์จากสบู่ ด้านความสวยงาม	69
4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นการทำมะพร้าวริ้วประดิษฐ์จากสบู่ ด้านการดำรงลักษณะเฉพาะของศิลปหัตถกรรม	69
4.21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นการทำมะพร้าวริ้วประดิษฐ์จากสบู่ ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น	70

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	47
4.1	แสดงฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระและความเข้มข้นของสารสกัดเนื้อมะพร้าว	60
ค-1	สเปกตรัมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวสูตรต่างๆ	120
ค-2	ลายริ้วสีกสเปกตรัมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวเป็นริ้วลายต่างๆ	122
ค-3	ผลิตภัณฑ์ของทีระลิกมะพร้าวรีวประดิษฐ์	123
ง-1	วัสดุที่ใช้ในการทำวิจัย	125
ง-2	อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำวิจัย	126
จ-1	กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการทำสเปกตรัมสารสกัดเนื้อมะพร้าว	134
จ-2	การอบรมเชิงปฏิบัติการทำสเปกตรัมและการทำมะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสเปกตรัมสารสกัดเนื้อมะพร้าว	136
จ-3	การสนทนากลุ่มแนวทางในการทำการตลาด	137

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันตามลักษณะของภูมิศาสตร์ จึงมีการคิดประดิษฐ์ผลงานหัตถกรรมเพื่อสนองประโยชน์ในการใช้สอยเป็นหลัก งานหัตถกรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตมนุษย์และมีการพัฒนาแบบต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อการใช้สอย งานหัตถกรรมหากได้รับการพัฒนาและปรับปรุงการใช้วัสดุทำให้เกิดความสวยงามมีคุณค่าทางสุนทรียภาพ ทำให้งานนั้นมีลักษณะที่สวยงามสมบูรณ์ทั้งด้านการใช้สอยและความงาม (วิบูลย์ ลีสุวรรณ อ้างถึงใน พิรวลี ชมโลก, 2550 : 1) งานหัตถกรรมเริ่มมาจากพื้นฐานความต้องการประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักจึงเกิดคำว่า ศิลปะพื้นบ้านหรือศิลปะหัตถกรรมหรือหัตถกรรมพื้นบ้านขึ้น ดังเช่น วิบูลย์ ลีสุวรรณ (อ้างถึงใน กษม อมันตกุล, 2546 : 2) ได้ให้แนวคิดที่ว่า มนุษย์สร้างสรรค์งานหัตถกรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้สอยทั้งทางกายและทางจิตใจเป็นสิ่งสำคัญ จากการประดิษฐ์คิดค้นที่กระทำสืบต่อกันมาเป็นเวลานานนับพันนับร้อยปีช่วยให้มนุษย์เกิดความชำนาญและเรียนรู้ในการเลือกสรรวัสดุดีบ เรียนรู้ในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบของหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ ให้สามารถสนองประโยชน์ได้สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้และเมื่อหัตถกรรมนั้น ๆ มีความสมบูรณ์ในการใช้สอยแล้ว ความชำนาญ ความชัดเจนในกรรมวิธีจะช่วยให้ช่างหรือผู้สร้างงานหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ ได้พัฒนาฝีมือให้สูงขึ้นส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทาง “ศิลปะ” เป็นการพัฒนา “หัตถกรรม” ไปสู่ “ศิลปะหัตถกรรม” เมื่อมนุษย์พัฒนาหัตถกรรมขึ้นใช้ตามวิถีชีวิต ขนบประเพณี และความเชื่อของแต่ละชุมชนแล้ว หัตถกรรมจะมีลักษณะเฉพาะกลุ่ม เฉพาะถิ่นที่เรียกว่า “หัตถกรรมพื้นบ้าน”

หัตถกรรมพื้นบ้านของไทยส่วนใหญ่จะเป็นหัตถกรรมในครัวเรือนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรและได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม หัตถกรรมที่ยังใช้ฝีมือล้วน ๆ เช่น การจักสาน การแกะสลัก การเจียรไนเพชรพลอย การทอผ้าพื้นเมือง การปั้นจากดินหรือจากปูน เป็นต้น ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาและฝีมือของคนไทยที่มีอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศและที่ผ่านมารัฐบาลยังมีนโยบายสนับสนุนให้ใช้ปัญญาของชาวบ้านผลิตสินค้า ซึ่งเป็นหัตถกรรมที่มีอยู่เดิมหรือคิดขึ้นมาใหม่ในแต่ละตำบลให้ได้ผลผลิตหนึ่งชนิดตามนโยบายที่เรียกว่า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (พิรวลี ชมโลก, 2550 : 1-2) และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐจนทำให้สินค้าแพร่หลายไปทั่วโลกช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากมาเป็นเวลานาน ซึ่งภูมิปัญญา เป็นองค์ความรู้ ทักษะต่าง ๆ และประสบการณ์ของมนุษย์ ผ่านการลองผิดลองถูก เป็นสิ่งที่สั่งสมมาตั้งแต่อดีตจนตกผลึกเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยในแต่ละสังคม แต่ละชุมชนจะมีภูมิปัญญา ซึ่งถือว่าเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อประชาชนในท้องถิ่นรวมถึงประเทศชาติ

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่ได้ชื่อว่า “นครนายก มรดกธรรมชาติ” ภูมิประเทศทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูงชันในเขตอำเภอบ้านนา อำเภอเมืองนครนายก และอำเภอปากพลี เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของจังหวัดอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นเขตรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด

ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรี ซึ่งมีเทือกเขาติดต่อกับทิวเขาตงพญาเย็น มียอดเขาสูงที่สุดของจังหวัดคือ ยอดเขาเขี้ยวมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,351 เมตร ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบอันกว้างใหญ่ เป็นส่วนหนึ่งของที่ราบสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรียกว่า "ที่ราบกรุงเทพฯ" จังหวัดนครนายกได้แบ่งเขตการปกครอง เป็น 4 อำเภอ ประกอบด้วยอำเภอเมือง นครนายก อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนาและอำเภอองครักษ์ มีตำบลทั้งหมด 40 ตำบลและมีหมู่บ้านทั้งหมด 397 หมู่บ้าน ประชาชนส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีผลไม้ที่ขึ้นชื่อและเป็นผลไม้ประจำจังหวัดได้แก่ มะยงชิด มะปรางหวาน ส้มโอ กระท้อนเป็นผลไม้ที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรเป็นอย่างมากในแต่ละปี ซึ่งทุก ๆ ปีจะมีการจัดงานเทศกาลมะปรางหวาน มะยงชิด จังหวัดนครนายก ประมาณช่วงเดือนกุมภาพันธ์ สำหรับในช่วงเดือนมิถุนายน จะเป็นเทศกาลของ "กระท้อนยักษ์" เป็นอีกผลิตผลเด่นของจังหวัดนครนายก ถัดมาอีก 2 เดือน คือช่วงเดือนสิงหาคม จะเป็นช่วงฤดูกาลของ "ส้มโอหวาน" โดยทางจังหวัดจะจัดงานหน้าศาลากลางจังหวัด ในทุกฤดูกาลของผลไม้ นั้น ๆ เป็นประจำทุกปี

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเกษตรแล้ว จังหวัดนครนายกยังเป็นเมืองที่มีผลงานจากหัตถกรรมท้องถิ่นทำด้วยฝีมือของชุมชนต่าง ๆ กระจายอยู่ตามหมู่บ้านต่าง ๆ ของจังหวัด เช่น ผลิตภัณฑ์จากลวดประดิษฐ์ทำมือ เป็นการนำลวดมาตัดตามรูปแบบความคิดและการออกแบบเป็น สิ่งของเครื่องใช้รูปทรงต่าง ๆ มีทั้ง กรอบรูป โคมไฟและเครื่องประดับ สีเส้นสวยงาม ผลิตภัณฑ์จากไม้ มะม่วงนำมาแกะสลักเป็นเครื่องเรือนแบบต่าง ๆ เช่น แจกัน เชิงเทียน ชาม ถาด เป็นต้น ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ ทำจากเหง้าไม้ไผ่นำมาแกะสลักเป็นรูปหน้าคน นอกจากนี้ยังทำเป็นรูปเรือใบ นกยูง ไม้กวาด ไม้กวาดทำด้วยหญ้าพงช้าง ด้ามทำด้วยไม้โมกและไม้ไผ่หีน ผ้าทอมือพื้นเมือง ทอเป็นลวดลายต่าง ๆ มีสีเส้นสวยงาม พรหมทอจากเศษผ้า เป็นพรหมเช็ดเท้า พรหมปูที่นอนมีหลายขนาด ผลิตภัณฑ์หินอ่อน สินค้าที่ผลิต ได้แก่ แจกัน กาน้ำ นาฬิกา กำไล โคมไฟ ป้ายชื่อ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทขนม ได้แก่ ขนมเปียะแต้เลี้ยงฮั่ว กล้วยฉาบ มันฉาบ เผือกฉาบ ผลไม้แช่อิ่ม ได้แก่ มะเฟือง มะดัน มะขาม มะม่วง กระท้อน มะนาว มะกรูด (<http://www.tat8.com/cms/index.php/nakhonnayok/>) นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านต่าง ๆ ยังมีผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้กับร่างกายและเครื่องหอมที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดนครนายก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรปรับกลิ่นอากาศ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผสมน้ำมันข้าวและผลิตภัณฑ์บำรุงหน้าผสมไหมทองคำ สบู่ก้อนกลีเซอรีนผสมน้ำผึ้ง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผสมมะเฟืองและน้ำผึ้ง สบู่ก้อนกลีเซอรีนผสมฟักข้าว สบู่ก้อนกลีเซอรีนผสมว่านหางจระเข้ แชมพูผสมใบย่านาง ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมผสมใบย่านาง น้ำมันสำหรับสพากลิ่นลาเวนเดอร์ กลิ่นตะไคร้หอม กลิ่นไพล กลิ่นดอกโมกและกลิ่นซิตรัส-ตะไคร้

หมู่บ้านพรหมเพชร เป็นหมู่บ้านหนึ่งที่อยู่ในอำเภอปากพลี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดนครนายก ประมาณ 16 กิโลเมตร มีครัวเรือนทั้งหมด 189 ครัวเรือน ราษฎรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำสวนผลไม้ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน คือ ไม้กวาดดอกหญ้าที่ทำด้วยหญ้าพงช้าง ด้ามทำด้วยไม้โมกและไม้ไผ่หีน แต่ปัจจุบันทำกันน้อยลงมาก เนื่องจากปัญหาของพ่อค้าคนกลางไม่ส่งดอกไม้กวาดให้ชาวบ้านทำ จึงเกิดปัญหาการว่างงาน ประชากรในชุมชนมีรายได้ไม่มั่นคง จึงควรมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการฝึกอาชีพให้กับสมาชิกในชุมชนโดยหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ฯลฯ เพื่อให้ตรงกับ

ทิศทางของแผนพัฒนาชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่กล่าวถึงสถานะของประเทศ ด้านสังคมที่มุ่งในความเข้มแข็งของชุมชนให้มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ชุมชนสามารถแก้ปัญหาและสนองต่อความต้องการของชุมชนด้วยตนเองได้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในแนวทางการพัฒนาที่เน้นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมโดยการยกระดับรายได้และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังเพิ่มการผลิตของเกษตรกรรายย่อย โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาและการผลิตทางการเกษตรที่สอดคล้องกับพื้นที่ (แผนพัฒนาชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 : 17-19) หมู่บ้านพรหมเพชรมีลักษณะของปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวพร้อมกันนี้ประชากรในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรยังมีผู้ที่มีฝีมือในการประดิษฐ์ผลงานทางด้านหัตถกรรมเป็นทุนเดิมอยู่แล้วสามารถทำผลงานทางด้านการประดิษฐ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี จึงควรให้การสนับสนุนในการแก้ไขปัญหาและเป็นกลุ่มทดลองและให้ความรู้ทางด้านการทำสบู่มผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวแล้วนำมาประดิษฐ์เป็นรูปมะพร้าวหลายต่าง ๆ ได้ต่อไปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่เพิ่มขึ้น

งานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กับการดำเนินชีวิตและแสดงถึงวิถีชีวิตของชาวบ้าน มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความเรียบง่ายและสวยงามและยังเป็นศิลปะของชาวบ้านที่ใช้เป็นสื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอยู่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม งานแกะสลักสบู่มเป็นงานฝีมือและงานหัตถกรรมชนิดหนึ่งที่คนไทยสร้างสรรค์ให้เป็นผลงานออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ได้มากมาย เป็นการแกะสลักประยุกต์รูปแบบมาจากการแกะสลักผักและผลไม้ ที่แกะสลักเป็นดอกไม้ใบไม้ แกะสลักเลียนแบบผัก ผลไม้ชนิดต่าง ๆ ให้สวยงามเหมือนธรรมชาติ ข้อดีของสบู่มคือสามารถใช้งานอยู่ได้นานและยังมีกลิ่นหอมเหมาะที่จะเป็นของฝากของที่ระลึกเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสบู่มที่นำมาแกะสลักต้องมีเนื้อเหนียว เนื้อสบู่มสามารถปลิวไหวไปตามลมพัดที่แกะสลัก สอดคล้องกับ จอมขวัญ (2555 : 54) ที่สอบถามความพึงพอใจของนักแกะสลักที่มีต่อสบู่มแกะสลัก พบว่า ความนิยมของสบู่มอยู่ในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ความเหนียวของสบู่ม ในปัจจุบันมีการพัฒนาสูตรการทำสบู่มในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่น อัมพวรรณ (อ้างถึงใน จอมขวัญ สุวรรณรักษ์, 2555 : 35 ได้พัฒนาสบู่มแกะสลักกลิ่นสมุนไพรจากเศษวัสดุเหลือใช้เพื่อเป็นสินค้า OTOP ซึ่งสบู่มมีส่วนผสมของกรดหรือกรดไขมัน เช่น น้ำมันพืช ไขมันสัตว์กับเบส เช่น โซดาไฟ ในอัตราส่วนที่ทำให้สามารถทำความสะอาดได้ดีและไม่เป็นอันตรายต่อผิว คือมีค่า pH อยู่ระหว่าง 8-10 สบู่มที่มีจำหน่ายในปัจจุบันมีรูปลักษณะของสบู่ม 3 ชนิด คือ สบู่มก้อนขุ่น มีลักษณะเป็นก้อนแข็งสีขาวขุ่นหรือมีสีต่าง ๆ ตามสีของสารเติมแต่ง สบู่มชนิดนี้ใช้สารตั้งต้น คือ เกล็ดสบู่มให้ฟองมาก สบู่มก้อนใส เป็นสบู่มที่มีลักษณะก้อนใสหรือค่อนข้างใสตามสัดส่วนของกลีเซอรินที่ใช้ผสม ทำให้เกิดสีใสต่าง ๆ ตามสารให้สีที่เติมผสม สารตั้งต้นที่ใช้เป็นกลีเซอรินและสบู่มเหลว เป็นผลิตภัณฑ์สบู่มที่มีน้ำเป็นส่วนผสมทำให้เนื้อสบู่มเหลว มีสีสนต่าง ๆ ตามสารเติมแต่ง สบู่มชนิดนี้ใช้สารตั้งต้นจากเกล็ดสบู่มที่ได้จากปฏิกิริยาข้างต้นเหมือนชนิดสบู่มก้อนขุ่น แต่ต่างกันที่จะใช้ต่างเข้มข้นโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์แทนโซเดียมไฮดรอกไซด์ เพราะจะให้เนื้อสบู่มอ่อนตัวดีกว่า สำหรับมะพร้าวที่มีในเมืองไทยก่อนนำมารับประทาน หญิงไทยได้นำประติษฐ์ทำให้สวยงามเป็นเวลาช้านาน คือ การนำมาปอกให้เป็นริ้วสวยงามที่มีชื่อว่า “มะพร้าวริ้ว” จากสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนจังหวัดนครนายกที่มีผลไม้ที่ขึ้นชื่อ คือ มะพร้าวที่มีอยู่จำนวนมากมาย ซึ่งมะพร้าวที่ชาวสวนปลูกเพื่อจำหน่าย

บางส่วนไม่ได้คุณภาพทั้งขนาดและรูปร่างทำให้จำหน่ายไม่ได้ราคา) หรือจำหน่ายไม่ได้ บางส่วนต้องทิ้งไปโดยเปล่าประโยชน์ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ควรนำมาประมวลมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ามากขึ้นโดยผสมกับสบู่ สร้างเป็นผลงานแปลกใหม่ขึ้นในรูปแบบลูกมะพร้าว ในบริบทที่ได้ใช้ประโยชน์ของทรัพยากรท้องถิ่น ที่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งผลต่อการลดลงและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท้องถิ่น มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ ที่ยังไม่มีผู้ใดประดิษฐ์ขึ้นมา ที่สอดคล้องกับสภาพของจังหวัดนครนายกโดยเฉพาะหมู่บ้านพรหมเพชร ที่คนในชุมชนมีพื้นฐานในการประดิษฐ์ไม้กวาดจำหน่ายมาตั้งแต่อดีตแต่ปัจจุบันได้ทำน้อยลงเนื่องจากปัญหาพ่อค้าคนกลางไม่ส่งวัตถุดิบในการทำจนขาดรายได้ในครัวเรือน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนในหมู่บ้านพรหมเพชรมีผลิตภัณฑ์ใหม่และเป็นการสืบสานศิลปหัตถกรรมอันปราณีต สวยงาม แสดงถึงวัฒนธรรมอันดีงามนี้ไว้ และสอดคล้องกับให้เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกใหม่ ๆ ขึ้นและยังช่วยในด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จักของทั้งชนชาวไทยและชาวต่างชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตประชากร

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก จากการทำสบู่และการทำมะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ ให้กับสมาชิกในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก
2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ
 - 2.1 ผู้นำชุมชนและตัวแทนชุมชนในหมู่บ้านพรหมเพชร ต. โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายก จำนวน 10 คน
 - 2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ จำนวน 12 คน
 - 2.3 ประชาชนทั่วไปในจังหวัดนครนายก จำนวน 80 คน
 - 2.4 ผู้เข้าร่วมกลุ่มอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่และการประดิษฐ์มะพร้าวรีวจากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จำนวน 15 คน
 - 2.5 ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดนครนายก พาณิชย์จังหวัดนครนายก และพัฒนากรจังหวัดนครนายก จำนวน 15 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ทำการศึกษา

1. ความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่
2. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

3. ศึกษาแนวทางในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

วันที่ 1 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 30 เดือนกันยายน พ.ศ. 2560

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม หมายถึง งานที่ทำด้วยมือคือ งานทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ หมายถึง การนำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวแกะสลักให้เป็นริ้วแบบต่างๆ บรรจุในภาชนะสวยงามเหมาะที่จะเป็นของที่ระลึกของชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ตำบลโคกกรวด อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก

ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หมายถึง ผู้ที่ดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่อยู่ในจังหวัดนครนายก ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จังหวัดนครนายกได้ต้นแบบในการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายกใหม่ขึ้นมา
2. จังหวัดนครนายกนำต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ไปเผยแพร่ในชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดนครนายกผลิตเป็นหัตถกรรมของชุมชน
3. ชุมชนในจังหวัดนครนายกได้พัฒนาอาชีพใหม่ที่ช่วยยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น
4. ชุมชนในจังหวัดนครนายกได้นำมะพร้าวที่มีจำนวนมากและส่วนที่ไม่ได้ราคานำมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่
5. ชุมชนในหมู่บ้านพรหมเพชรได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนและได้มีการพัฒนาอาชีพผลิตสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง พัฒนาการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ซึ่งได้ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์
2. สบู่
3. มะพร้าว มะยงชิด
4. มะพร้าวของไทย
5. แนวคิดทางการตลาด
6. แนวคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์
7. ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครนายก
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์

ศิลปะประดิษฐ์ เป็นผลงานที่ทำขึ้นเพื่อความสวยงามพร้อมกันนี้ยังสร้างความสุขใจแก่ผู้ประดิษฐ์และผู้พบเห็นและยังเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ สร้างสมาธิ สร้างปัญญา ส่งเสริมความคิดและรู้คุณค่าของวัสดุต่างๆ มาดัดแปลงสร้างสรรค์เป็นผลงานที่มีคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย ความหมายของศิลปะประดิษฐ์

ศิลปะประดิษฐ์ มาจากคำว่า ศิลปะ+ประดิษฐ์ ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมาย คำว่า ศิลปะ ศิลป์ ศิลปะ (อ่านว่า สิ้นละปะ, สิ้น, สิ้นละปะ) หมายถึง ฝีมือทางการช่าง การทำให้วิจิตรพิสดาร

คำว่า ประดิษฐ์ (อ่านว่า ประดิติละ, ประดิติ) หมายถึง ตั้งขึ้น, จัดขึ้น, คิดทำขึ้น, สร้างขึ้น, แต่งขึ้น, ที่จัดทำขึ้นให้เหมือนของจริง เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ที่คิดทำขึ้นไม่เหมือนธรรมชาติ

สรุป ศิลปะประดิษฐ์ คือ ผลงานที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยฝีมือประณีต งดงามละเอียดอ่อน ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์สร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่หลากหลายหรือเพื่อความสวยงาม หรือประดับตกแต่งหรือเพื่อประโยชน์ใช้สอย (<http://www.maceducation.com/e-knowledge/2414313120/05.htm>)

การทำงานด้านศิลปะประดิษฐ์ซึ่งเป็นเรื่องที่มีอยู่ในตัวคนเราทุกคน ทั้งทางด้านความคิดและการกระทำแต่บางครั้งไม่ได้คิดที่จะนำเอาประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม และความคิดจินตนาการเหล่านั้นมาแสดงออกในรูปของงานสร้างสรรค์ งานศิลปะประดิษฐ์และสร้างสรรค์ ซึ่งแยกเป็น 2 แบบ คือ แบบ 2 มิติ ได้แก่ ภาพวาด ระบายสี หรืองานประดิษฐ์ที่มีเฉพาะความกว้างและความยาว ไม่มี ความหนา และแบบ 3 มิติ ได้แก่ รูปปั้น แกะสลัก หรืองานประดิษฐ์ที่มีลักษณะลอยตัว มีทั้งความ กว้าง ความยาว และความหนา งานสร้างสรรค์ที่ดีจะใช้วัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ง่าย มีราคาไม่แพง การ นำเอาวัสดุเหลือใช้ที่ไม่มีราคา มาทำให้เกิดประโยชน์และมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจะยิ่งทำให้มีคุณค่ายิ่งขึ้น งานประดิษฐ์เป็นงานส่งเสริมให้เกิดพัฒนาการของการใช้มือและสมองไปพร้อมๆ กัน ประโยชน์ของ

ศิลปะประดิษฐ์และสร้างสรรค์ มีทั้งด้านสมองและร่างกาย เริ่มจากรู้จักคิด รู้จักทำความเข้าใจ รู้จักวางแผนงาน ฝึกการทำงานอย่างเป็นระบบ มีความฉลาด รอบรู้ เข้าใจถึงปัญหาและวิธีแก้ไข แล้วนำมาพัฒนาเป็นความรู้ และทำจนเกิดความชำนาญเมื่อมีความชำนาญ ก็สามารถทำงานได้อย่างคล่องแคล่ว รู้จักเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์ได้ตรงกับความต้องการ สามารถคิดประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ และถ่ายทอดความคิดจินตนาการ เป็นผลงานประดิษฐ์ได้อย่างต่อเนื่อง ยิ่งถ้าได้ถ่ายทอดความรู้เหล่านั้นออกไปให้มาก ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้มีการคิดค้น ดัดแปลง พัฒนา เกิดเป็นผลงานที่เน้นประโยชน์สูง และประหยัดสุดมากขึ้นเรื่อย ๆ (<http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=is-sa-ra&date>) การที่จะช่วยให้ผลงานด้านศิลปะประดิษฐ์ได้ผลงานที่ดี มีความสวยงาม ประณีตซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ทำผลงานนั้นๆ จำเป็นต้องมีการจัดทำผลงานด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับผลงานด้านศิลปะประดิษฐ์ให้บ่อยครั้งเพื่อช่วยให้เกิดความชำนาญ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงการจัดกิจกรรมทางด้านศิลปะประดิษฐ์ไว้ ดังนี้

ชัยณรงค์ เจริญพานิชย์กุล (2532 : 14 อ้างถึงในบุญทิพา เตชะทรงคุณ, 2556 : 32) ได้กล่าวว่า ศิลปะประดิษฐ์เป็นกิจกรรมทางศิลปะที่ครอบคลุมกว้างขวางมาก บางครั้งยากที่จะบอกได้ว่ามีความแตกต่างจากกิจกรรมระบายสีและการพิมพ์

วิรุฬห์ ตั้งเจริญ (2539 : 146) กล่าวว่า งานศิลปะประดิษฐ์ หมายถึง กิจกรรมที่ต้องใช้ความรู้สึกรู้จักคิดและจินตนาการประดิษฐ์คิดค้นศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ ประดิษฐ์คิดค้นทั้งในแง่รูปทรง สี วิธีการและเนื้อหาต่าง ๆ ให้ปรากฏขึ้นเป็นการส่งเสริมการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ให้สวยงามน่าสนใจ และมีผลไปสู่การใช้ประโยชน์ในโอกาสต่าง ๆ ด้วยและยังกล่าวอีกว่า กิจกรรมการประดิษฐ์วัสดุเป็นทัศนศิลป์สมัยใหม่ นิยมใช้วัสดุจริง (Ready made object) ต่อประกอบเข้าด้วยกัน สร้างสรรค์เป็นงานศิลปะวัตถุหรือวัสดุต่าง ๆ ที่คุ้นเคย จะช่วยให้เราสื่อสารความรู้สึกรู้จักคิดเกี่ยวข้องกับวัตถุเหล่านั้นได้ดีและต้องใช้จินตนาการและความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก (วิรุฬห์ ตั้งเจริญ, 2544 : 52 อ้างถึงในบุญทิพา เตชะทรงคุณ, 2556 : 32) พร้อมกันนี้ยังมีจุดมุ่งหมายในการจัดกิจกรรมทางศิลปะประดิษฐ์ดังที่สตัยา สายเชื้อ, 2540 กล่าวว่า งานศิลปะประดิษฐ์ มีเป้าหมายแตกต่างไปจากการวาดภาพหรือกิจกรรมประติมากรรมเพราะไม่ได้มีจุดมุ่งหมายให้แสดงออกอย่างเดี่ยวแต่จะเน้นให้ได้เรียนรู้การทำงานที่มีกระบวนการและขั้นตอนด้วย (สตัยา สายเชื้อ, 2540 : 145 อ้างถึงใน บุญทิพา เตชะทรงคุณ, 2556 : 32) ซึ่งวิรุฬห์ ตั้งเจริญ (2539 : 146 อ้างถึงในบุญทิพา เตชะทรงคุณ, 2556 : 33) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายการจัดกิจกรรมศิลปะประดิษฐ์ไว้ ดังนี้

1. ส่งเสริมการริเริ่มสร้างสรรค์ ศิลปะที่ต้องอาศัยการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา การใช้วัสดุ อุปกรณ์และกระบวนการทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี
2. ส่งเสริมการปฏิบัติงานที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการแสดงออก เพราะความเชื่อมั่นย่อมพาไปสู่ความสำเร็จ
3. ส่งเสริมการดำเนินชีวิตที่ต้องแก้ปัญหาการทำงาน ต้องรู้จักปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและรู้จักประดิษฐ์คิดค้นต่าง ๆ

ลักษณะของงานศิลปะประดิษฐ์

ลักษณะของงานสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

1. งานศิลปะประดิษฐ์ทั่วไป เป็นงานประดิษฐ์ที่ไม่มีความเป็นมาจากบรรพบุรุษหรือท้องถิ่น กล่าวคือ เป็นงานประดิษฐ์ที่บุคคลทั่วไปสามารถเรียนรู้และนำไปประดิษฐ์ได้โดยอาศัยการศึกษาจากตำรา เช่น งานปั้น งานประดิษฐ์ดอกไม้ ต้นไม้ด้วยกระดาษหรือผ้า งานประดิษฐ์จากเศษวัสดุหรือวัสดุเหลือใช้ งานประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ งานประดิษฐ์ตามสมัยนิยม เป็นต้น

2. งานศิลปะประดิษฐ์ที่เป็นเอกลักษณ์ไทย เป็นลักษณะงานที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษหรือเป็นงานประดิษฐ์ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ โดย ส่วนมากจะเป็นการสืบทอดมาจากผู้ใหญ่ในครอบครัวสู่ลูกหลาน งานประดิษฐ์หลายอย่างทำขึ้นเพื่องาน ประเพณีทางศาสนา เช่น งานดอกไม้สด งานใบตอง งานแกะสลักผักและผลไม้ และงานจักสานบางอย่างจัดทำขึ้นเพื่อความสวยงาม สนุกสนานภายในครอบครัว

ประเภทของงานศิลปะประดิษฐ์

งานศิลปะประดิษฐ์ต่าง ๆ เราสามารถเลือกชิ้นงานได้ตามประโยชน์หรือตามความต้องการใช้สอย ในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภทตามโอกาสของการใช้สอยได้ คือ

1. งานประดิษฐ์เครื่องเล่น ส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนรู้และฝึกฝน จากผู้ใหญ่มาสู่ลูกหลานในบ้านและมีการเผยแพร่กระจายจากเพื่อนมาสู่เพื่อน เช่น การประดิษฐ์ตุ๊กตา ว่า รถม้า เป็นต้น

2. เครื่องใช้ เป็นชิ้นงานที่ทำขึ้นเพื่อความสะดวกสบายและเป็น เครื่องทุ่นแรงในการดำเนินชีวิตหรือประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน เช่น แจกัน ตะกร้า กระด้ง กระจาด และเข่ง เป็นต้น

3. เครื่องตกแต่ง เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นเพื่อความสวยงามและเป็น สิ่งประดิษฐ์ให้กับบ้านเรือน นอกจากนี้บางชิ้นงานสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านการใช้สอยได้ เช่น ภาพติดผนัง กรอบรูป โคมไฟ ภาพวาด งานแกะสลักและดอกไม้ เป็นต้น

4. เครื่องใช้ในงานพิธี เป็นงานที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในงานพิธีทางศาสนา ในช่วงโอกาสต่าง ๆ และงานประเพณี เช่น งานลอยกระทง วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา และงานศพ งานประดิษฐ์เหล่านี้ เช่น พานพุ่ม มาลัย เครื่องแขวน บายศรี การจัดดอกไม้ในงานศพ เป็นต้น

ประโยชน์ของงานศิลปะประดิษฐ์

งานศิลปะประดิษฐ์ มีประโยชน์หลายอย่าง ดังนี้

1. ด้านการใช้สอยโดยตรงที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ใช้เป็นภาชนะ บรรจุอาหารหรือสิ่งของต่าง ๆ ฯลฯ

2. ด้านความสวยงาม เช่น ภาพติดผนัง ดอกไม้ประดิษฐ์ ฯลฯ

3. ด้านจิตใจ ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายและมีความสุข เกิดความภาคภูมิใจในผลงานของตนที่สร้างสรรค์ขึ้นมา

4. ด้านเศรษฐกิจ เป็นการประหยัด รู้คุณค่าและประโยชน์ของวัสดุทุกชนิด สามารถนำสิ่งของที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

5. ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ให้มีการสืบทอดและพัฒนาต่อไป

(http://www.chetupon.ac.th/home/v_net/test/filetest/1_4/28.pdf)

การออกแบบงานประดิษฐ์

การออกแบบงานประดิษฐ์ เป็นการสร้างรูปลักษณะของชิ้นงาน โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจหลักการออกแบบและนำมาใช้ ทำให้การออกแบบชิ้นงานนั้นมีคุณค่าและน่าสนใจยิ่ง

1. การออกแบบ หมายถึง การทำต้นแบบ หรือการทำโครงสร้างของชิ้นงานที่ต้องการประดิษฐ์ เพื่อให้ได้ผลงานสำเร็จตามที่มุ่งหวัง โดยการเลือกวัสดุ เลือกสี ที่นำมาใช้ให้เหมาะสม

2. ที่มาของการออกแบบงานประดิษฐ์

2.1 การศึกษาแบบของงานที่สนใจจากเอกสาร เช่น หนังสือ นิตยสาร เป็นต้นแล้วทดลองปฏิบัติ

2.2 การดัดแปลงแบบที่มีอยู่เดิมหรือแบบตัวอย่าง โดยทำการศึกษาด้านแบบ จนเกิดความเข้าใจ จึงปฏิบัติการสร้างแบบ โดยการนำเอาแนวความคิดหรือความคิดสร้างสรรค์ของตนเองไปผสมผสานทำให้ได้แบบ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร

2.3 การออกแบบด้วยตนเองคือ การออกแบบที่เกิดจากแนวคิดของตนเองและทดลองปฏิบัติ สร้างแบบจนได้แบบที่สวยงาม เหมาะสมตามความต้องการ

(<http://www.maceducation.com/e-knowledge/2414313120/05.htm>)

ความหมายศิลปหัตถกรรม

ศิลปหัตถกรรม เป็นงานที่เกิดจากการทำขึ้นด้วยมือ ซึ่งมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับศิลปหัตถกรรมหลายอย่าง คือ หัตถกรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน มีผู้ให้ความหมายต่าง ๆ ดังนี้

หัตถกรรม หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการกระทำด้วยฝีมือมนุษย์ โดยนำวัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน งานหัตถกรรมจะมีการพัฒนารูปแบบไปตามการพัฒนาฝีมือของช่าง ที่สั่งสมประสบการณ์และสืบทอดความรู้ ความชำนาญ จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและทักษะ ส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทางศิลปะ งานหัตถกรรมจึงกลายเป็นงานศิลปหัตถกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน

หัตถกรรม หมายถึง การทำด้วยฝีมือ การช่างซึ่งเริ่มต้นทำกันในบ้าน หมู่บ้าน โดยที่ชาวบ้านใช้เวลา นอกเหนือจากอาชีพหลัก เป็นการงานอดิเรกเพื่อเพิ่มพูนรายได้ เพื่อการดำรงชีวิตให้ดีขึ้นและทำขึ้นเพื่อใช้กันเองในครอบครัว โดยใช้วัสดุที่หาง่ายตามท้องถิ่นนั้น ๆ มีรูปแบบเฉพาะตามลักษณะของวัสดุ สภาพการใช้งานและความพอใจของผู้ผลิตในแต่ละท้องถิ่นทำให้เกิดรูปแบบเฉพาะของท้องถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นสิ่งที่ประดิษฐ์ได้ขยายมากขึ้นจนกลายเป็นอาชีพ

หัตถกรรม หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นด้วยฝีมือมนุษย์ แสดงออกถึงความชำนาญของผู้ผลิต ในขั้นแรกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน ต่อมามีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบ การใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตมาโดยตลอดเป็นเวลานานนับพันปีจนเป็นงานศิลปะที่ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยและมีคุณค่าความงามจนแยกไม่ออกจึงเรียกว่า “ศิลปหัตถกรรม” (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2535 : 5)

หัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง งานช่างหรืองานฝีมือของชาวบ้าน ที่ประดิษฐ์เป็นเครื่องใช้ไม้สอยภายในบ้าน ใช้เป็นสิ่งที่สนองความเชื่อถือทางด้านประเพณี ศาสนา เช่น เป็นเครื่องบูชา ใช้เพื่อความสวยงามสนองความสุขทางจิตใจและเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ

หัตถกรรมพื้นบ้านของไทยครอบคลุมงานศิลปกรรมที่เป็นสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และ ประติมากรรม (ซึ่งอาจรวมเรียกว่า หัตถศิลป์พื้นบ้าน) และงานศิลปกรรมเพื่อใช้สอย ซึ่ง หมายถึง ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านประเภท เครื่องเคลือบดินเผา การทอผ้าและเย็บปักถักร้อย การแกะสลัก หัตถกรรมโลหะ เครื่องจักสาน การทำเครื่องกระตาศ รวมทั้งเครื่องเงิน เครื่องดนตรี เครื่องประดับ และยานพาหนะ (เอกสารประกอบการสอน “ศิลปะกับสังคมไทย หน่วยที่ 7” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2544 : 18) ดังที่มโน พิสุทธิรัตนานนท์ (2539 : 4) ได้กล่าวว่า หมายถึง ผลงานศิลปะที่ชาวบ้านหรือกลุ่มคนในกลุ่มชนในแต่ละพื้นที่ประดิษฐ์สร้างขึ้นตามความ จำเป็น และความรู้สึกนึกเห็นตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านการดำรงชีวิต และ ความ ต้องการคุณค่าด้านความงาม ผลงานเป็นศิลปะพื้นบ้านหรือศิลปกรรมพื้นถิ่นและหัตถกรรม พื้นบ้าน ซึ่งมีลักษณะเป็นงานช่างฝีมือหรือช่างศิลป์และอาจเรียกว่าเป็นงานศิลปหัตถกรรม

ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง สิ่งที่ชาวบ้านสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยใน ชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มชนแต่ละกลุ่มจะพัฒนาสิ่งของขึ้นมาใช้ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและ สภาพแวดล้อม ดังนั้น อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ศิลปะชาวบ้าน” หรือ “ศิลปะพื้นบ้าน” (วิบูลย์ ลี สุวรรณ. 2535 : 10)

ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นศิลปหัตถกรรมที่เกิดจากฝีมือคนในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง การ ประดิษฐ์สร้างสรรค์เป็นไปตามเทคนิคและรูปแบบที่ถ่ายทอดกันในรอบครัวโดยตรงจากพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย โดยมีจุดประสงค์หลักคือ ทำขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน งานศิลปหัตถกรรมได้ ถ่ายเท มีอิทธิพลแก่กันและกันเช่นเดียวกับคติพื้นบ้าน แล้วปรับปรุงให้เข้ากับสภาพของท้องถิ่น จน กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง

หัตถกรรมพื้นบ้าน มักพบได้ทั่วไปตามชุมชนหรือในชนบทตามท้องถิ่นต่าง ๆ ผู้สร้างมักเป็น ชาวบ้านในท้องถิ่น ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องใช้สิ่งก่อสร้าง จึงทำขึ้นมาเพื่อคนทั่วไปใช้ มิใช่ ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อใช้หรือถ่ายทอดในหมู่บุคคลชั้นสูง หัตถกรรมพื้นบ้านจึงมีลักษณะที่เรียบง่าย ไม่ ซับซ้อน ไม่ผูกพันหรือขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ ทฤษฎีทางศิลปะใด ๆ และจะแตกต่างกันไปตามสภาพ สังคมในแต่ละท้องถิ่นในลักษณะของรูปแบบ ขบวนการผลิตและวัสดุที่ใช้ ส่วนใหญ่มักเป็นไปเพื่อการ ดำรงชีพมากกว่า เพราะฉะนั้นหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ จึงตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นอยู่ ของชาวบ้าน ในท้องถิ่นเป็นสำคัญ จึงมีลักษณะเป็นไปตามถิ่นกำเนิด ซึ่งอาจมีรูปแบบ วิธีการและวัสดุ แตกต่างกันไป ทั้งที่เป็นการใช้สอยอย่างเดียวกัน เช่น ภาชนะสำหรับตักน้ำที่ต้องมีไว้ใช้ทุกครัวเรือน ทางภาคใต้จะทำด้วยใบจากหรือกาบของต้นไม้ชนิดหนึ่งคือต้นหลาวโอน ที่เรียกว่า “หมา” ซึ่งเป็น ลักษณะเฉพาะถิ่นของทางใต้ ที่มีต้นหลาวโอนหรือต้นจากขึ้นอยู่มาก ทางภาคเหนือเป็นภาชนะที่สาน ด้วยไม้ไผ่มีไม้ยาว 2 ชั้นที่ปลายไขว้กันเป็นที่ลือเรียกว่า “น้ำหุง” ภาคอีสานจักสานด้วยไม้ไผ่เช่นกัน และเอาชันยาเพื่อป้องกันน้ำรั่ว มีไม้ดัดโค้งเป็นที่ถือ เรียกว่า “คุ” โดยเราจะเห็นว่าภาชนะทั้ง 3 ชนิด มีจุดมุ่งหมายและประโยชน์ใช้สอยอย่างเดียวกัน แต่ด้วยเพราะอยู่ในแหล่งกำเนิดท้องถิ่นที่ต่างกัน จึง ทำให้ทรัพยากรที่ใช้มีความต่างกันหรืออาจมีวัสดุเดียวกันแต่วิธีการสร้างงานและรูปแบบที่สืบทอดของ แต่ละถิ่นเป็นไปอย่างเฉพาะตัวเฉพาะถิ่น ซึ่งรวมถึงการมีรสนิยมตกทอดเป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาในแต่ละ ท้องถิ่นที่ต่างกัน

หัตถกรรมพื้นบ้านมีลักษณะเฉพาะตัวในประเด็น ดังนี้

1. ใช้วัสดุท้องถิ่นที่หาได้ง่าย เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของงานพื้นบ้านเนื่องจากในแต่ละท้องถิ่น มีทรัพยากรธรรมชาติแวดล้อมในการอยู่อาศัยวัสดุในท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งที่รองรับการคิดประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ขึ้นใช้ให้เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

2. ทำขึ้นเพื่อการใช้สอย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันตั้งแต่ การหุงอาหาร เช่น เตาดินเผา หม้อดินเผา หวดนึ่งข้าวเหนียว กระจุง กระจาด ฯลฯ การประกอบอาชีพ เช่น เครื่องมือในการดักจับสัตว์น้ำ ได้แก่ ข้อง ลอบ โซ อีจู้ เครื่องใช้ในการทำนา เช่น คราด แอก ไถ ฯลฯ

3. เป็นผลผลิตที่ผู้ใช้และผู้สร้างเป็นผู้เดียวกันซึ่งเกิดจากความเต็มใจของชาวบ้านในการสร้างสรรค์ โดยมีความจำเป็นในการใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน

4. เป็นงานที่สร้างขึ้นด้วยมือและใช้เครื่องมือที่ชาวบ้านที่คิดขึ้น มิได้อาศัยเครื่องจักรแต่อย่างใด ชาวบ้านจะสร้างงานด้วยมือตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาโดยการบอกเล่าให้ทำตามแบบที่มีอยู่

5. มีรูปแบบเรียบง่าย แสดงลักษณะออกมาตรงตามหน้าที่ใช้สอยและมีความสัมพันธ์กับสัดส่วนของร่างกาย

6. การมีรูปแบบเฉพาะถิ่น เกิดจากการสร้างสรรค์งานที่สืบทอดเนื่องกันมาแต่ครั้งบรรพบุรุษ อาจในลักษณะของหมู่บ้าน ท้องถิ่น ตระกูลสืบทอดกันมาเป็นเวลายาวนานจนรู้จักกันดีทั่วไป จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

7. เป็นงานที่ใช้เวลาว่างในการสร้างสรรค์ เป็นการสร้างงานที่ไม่ได้คำนึงถึงเวลาในการสร้าง โดยมักใช้เวลาว่างหลังจากการงานประจำ คือ การกสิกรรม ซึ่งทำให้ในบางช่วงเวลาของฤดูกาลโดยไม่จำเป็นต้องเฝ้าดูอยู่ตลอดทั้งปี

8. เป็นงานที่สะท้อนวิธีการดำเนินชีวิต เครื่องมือ เครื่องใช้พื้นบ้านที่ชาวบ้านทำขึ้น จะเห็นว่าคุณลักษณะการใช้สอยเป็นตัวกำหนดรูปแบบของเครื่องมือเครื่องใช้นั้น การใช้สอยจึงเป็นการบ่งชี้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิตและค่านิยมที่สืบทอดกันมา (มารุต อัมรานนท์ 2533 : 5)

ประเภทของงานหัตถกรรมหรือหัตถกรรมพื้นบ้าน

1. ผลิตภัณฑ์จักสาน เครื่องจักสานคือ ภาชนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่สร้างขึ้นจากวิธีการจักสาน ถัก ทอจากวัสดุที่มีอยู่ตามท้องถิ่นทั่วไป เช่น หวาย ไม้ไผ่ ใบลาน กก ฟาง ก้านและใบมะพร้าว เป็นต้น เครื่องจักสานเป็นหัตถกรรมที่สันนิษฐานว่าเก่าแก่ที่สุดของมนุษย์ เพราะทำขึ้นจากวัสดุที่หาง่าย หลักฐานที่ขุดพบจากเครื่องมือ เครื่องใช้ของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์พอจะยืนยันได้ว่ามนุษย์รู้จักทำเครื่องจักสานมานานและเก่าแก่กว่าหัตถกรรมอื่น ๆ

2. ผลิตภัณฑ์จากไม้ งานไม้ฝีมือคนไทยมีความโดดเด่นในด้านการแกะสลัก ด้วยฝีมือที่ละเอียดอ่อน และความงดงามของลวดลายเนื้อไม้ประเภทต่าง ๆ ทั้งไม้เนื้ออ่อน ไม้เนื้อแข็ง รวมไปถึงไม้ไผ่และวัสดุประเภทที่มีความแข็งเหมือนไม้ เช่น กะลามะพร้าว

3. ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผ้าและงานทอผ้า นับเป็นผลงานของความเจริญรุ่งเรืองทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของผู้คนในโลกนี้ จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันพบว่า ดินแดนซึ่งเป็นราชอาณาจักรไทยอยู่นี้ มีการทอผ้าขึ้นใช้มาแล้วไม่ต่ำกว่า 2500 ปี

4. ผลิตภัณฑ์โลหะ เป็นงานหัตถกรรมประเภทที่ใช้โลหะเป็นวัตถุดิบ ไม่ว่าจะป็น ทองเงิน สำริด ซึ่งมีทั้งเครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับตกแต่ง

5. ผลิตภัณฑ์กระดาษสา ใช้วัตถุดิบในการผลิตภายในประเทศและต่างประเทศ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต คือ ปอสา ใช้ทำกระดาษสา จะพบมากในภาคเหนือ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ แพร่ น่าน ลำปาง สุโขทัย

6. เครื่องปั้นดินเผา ไทยเป็นแหล่งของงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยงานทำเครื่องปั้นดินเผานี้มีอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ แหล่งใหญ่อยู่ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง ผลงานเครื่องปั้นดินเผาที่ได้จะมีสีสันลวดลายต่างไปตามลักษณะของดินและฝีมือของช่างในแต่ละท้องถิ่น

7. ผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์ หัตถกรรมประเภทงานประดิษฐ์เป็นงานที่อาศัยความชำนาญในเชิงช่างหัตถกรรมและความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ มีทั้งงานประดิษฐ์เพื่อการตกแต่งและเพื่อการใช้สอยในครัวเรือน เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ ต้นไม้ประดิษฐ์ กรอบรูป

แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์พอสรุปได้ คือ งานฝีมือที่ทำด้วยมือ เป็นศิลปหัตถกรรมที่ทำขึ้นมาจากแนวคิด จินตนาการ ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมของผู้ที่ทำผลงาน ซึ่งอาจจะทำขึ้นจากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหรือท้องถิ่นและทำขึ้นจากการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ แล้วนำมาประดิษฐ์ผลงานขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน ทำเพื่อให้เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านหรือท้องถิ่นและช่วยเสริมรายได้ในครอบครัว

2.2 สบู่ (Soap)

สบู่เป็นสิ่งที่ใช้ในการทำความสะอาดร่างกาย เช่น การอาบน้ำ การล้างมือ สบู่จะช่วยละลายไขมัน ทำให้การชำระล้างร่างกายให้สะอาดมากขึ้นและนำไปชำระเพื่อทำความสะอาดสิ่งต่าง ๆ ให้สะอาดได้ เช่น ล้างภาชนะ ซักผ้า ฯลฯ

ประวัติของสบู่

มีการกล่าวว่าสบู่ก่อนมาจากไขมันแพะต้มกับขี้เถ้าจากการเผาไหม้ซึ่งเป็นการค้นพบโดยบังเอิญในยุคโรมันซึ่งมีการบูชาด้วยสัตว์บนแท่นบูชาที่ทำด้วยไม้ แท่นบูชานี้ตั้งอยู่บนเนินเขา เมื่อสัตว์และแท่นไม้ถูกเผาพร้อมกันไขมันสัตว์ออกมาผสมกับขี้เถ้า เมื่อฝนตกลงมาเกิดเป็นสีขาวไหลลงจากเชิงเขาสู่ลำธาร แม่บ้านชาวโรมันสังเกตเห็นว่า หากนำเสื้อผ้ามาซักที่ลำธารที่มีฝนตกก้อนขาว ๆ นี้จะช่วยให้ซักผ้าได้ง่ายและสะอาดขึ้น (บริษัท เกรทเซ็นทรัล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 2550 อ้างถึงใน จอมขวัญ สุวรรณรักษ์, 2555 : 4) ซึ่งใกล้เคียงกับมีผู้กล่าวกันว่า สบู่ได้ถือกำเนิดขึ้นตั้งแต่ยุคโรมันเมื่อประมาณ 3,000 ปี ก่อนที่ Sapo Hill เกิดการผสมผสานด้วยความบังเอิญ ระหว่างเถ้าฟืนไม้ (สารประกอบประเภทต่าง) และน้ำมันที่ได้จากแกะที่นำมาทำพิธีบูชาัญญ์ ลักษณะพิเศษที่ค้นพบ คือ สามารถจับสิ่งสกปรกจากมือหรือเสื้อผ้าได้สะอาด ชื่อของสบู่ (Soap) มาจากชื่อของสถานที่ถือกำเนิดนั่นก็คือ 'Sapo' และในปี ค.ศ. 1928 ได้เกิดสารทำความสะอาด ชนิดผสมแอลกอฮอล์เข้มข้นขึ้นเป็นครั้งแรก (ของโลก) ที่เยอรมนี ต่อมาก็มีสารทำความสะอาดที่มีส่วนผสมต่างชนิดกันออกมาหลากหลายมากขึ้น (<http://saraya-thailand.com/arau/tokucho/baby/soap/>)

สอดคล้องกับที่ว่าสบู่ก้อนแรกกำเนิดขึ้นเมื่อ 6 ศตวรรษก่อนคริสตกาลหรือประมาณ 2,500 ปีมาแล้ว พวกฟินิเซียน ได้ต้มน้ำกับไขมันแพะและขี้เถ้าเข้าด้วยกัน แม้จะไม่ค่อยสะอาดนักแต่สารโพแทสเซียมคาร์บอเนตในขี้เถ้าช่วยให้สบู่มีผิวมันและทำความสะอาดได้แต่ไม่เป็นที่นิยมใช้อาจจะเนื่องมาจากอากาศที่หนาวเย็นทำให้คนไม่อาบน้ำ ต่อมาเมื่อมีข้อมูลจากแพทย์ พบว่า แบคทีเรียเป็นตัวการของโรคต่าง ๆ ผู้คนจึงยอมอาบน้ำและถูสบู่กัน แต่สบู่ก็ไม่ได้พัฒนาไปจากก้อนแรกมากนัก จนในปี ค.ศ. 1879 นายฮาร์เลย์พรีกเตอร์ เจ้าของโรงงานสบู่และนายเจมส์ แกมเบล ญาติซึ่งเป็นนักเคมี พบว่า สบู่ที่ถูกตีทิ้งผสมอยู่ในเครื่องนานเกินไปเพราะคนงานลืมนปิดเครื่องมีคุณสมบัติที่แตกต่างจากเดิม คือ มีน้ำหนักเบาจนสามารถลอยน้ำได้เพราะฟองอากาศในเนื้อสบู่ จนทำผลิตภัณฑ์ชื่อ โอวอรี ขายดีจนร่ำรวยเป็นมหาเศรษฐี (สำนักงานเลขาธิการกองทัพอเรือ, 2548 อ้างถึงใน จอมขวัญ สุวรรณรักษ์, 2555 : 4)

ความหมายของสบู่

สบู่ หมายถึง เกลือโซเดียมหรือโพแทสเซียมของกรดสเตียริก กรดปาล์มมิติกและกรดโอเลอิก สบู่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการผสมผสานของสารเคมี เรียกว่า การทำให้ไขมันเป็นสบู่ การที่กรดไขมันรวมตัวกันเป็นด่าง (Solution of Sodium Hydroxide and Water, called Lye) ทำให้เกิดสบู่และสบู่ผสมกับกลีเซอริน (Glycerin) ทำให้เกิดสารซึ่งลื่นและมีฟอง สบู่ละลายน้ำแตกตัวให้ไอออนบวกและไอออนลบ ส่วนที่เป็นไอออนลบจะเป็นตัวที่ช่วยชำระล้างสิ่งต่าง ๆ ทั้งหลายได้สามารถละลายในตัวทำละลายมีขั้วและไม่มีขั้วได้ เพราะไอออนลบของสบู่ประกอบด้วยหมู่ไฮดรอกซิลและหมู่คาร์บอกซิเลต คณะเภสัชศาสตร์ (2547 อ้างถึงใน จอมขวัญ สุวรรณรักษ์, 2555 : 5) ได้ให้ความหมายทางเคมีของสบู่ไว้ว่าเป็นเกลือของกรดไขมัน ซึ่งเกิดจากไขมันหรือน้ำมันทำปฏิกิริยากับสารละลายต่าง ๆ สบู่โดยทั่วไปเป็นเกลือของโซเดียมหรือโพแทสเซียมของกรดไขมัน สบู่ที่เป็นเกลือโซเดียมของกรดไขมันจะให้สบู่ที่แข็งกว่าสบู่ที่เป็นเกลือโพแทสเซียมของกรดไขมัน (จอมขวัญ สุวรรณรักษ์, 2555 : 5) สบู่ เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดร่างกายที่ได้จากปฏิกิริยาของด่างกับไขมันจากพืชหรือสัตว์ ปัจจุบัน สบู่มีการใช้ส่วนผสมชนิดต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงคุณสมบัติของสบู่ให้มีลักษณะพิเศษ ตรงตามความต้องการใช้งานที่หลากหลายขึ้น

สบู่ จากคำข้างต้น หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของสบู่ที่ทำให้เป็นก้อนหรือเป็นของเหลว พร้อมด้วยส่วนผสมต่าง ๆ เพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสำหรับการใช้ทำความสะอาด คือผลิตภัณฑ์สบู่ที่ใช้กันในทุกวันนี้ ส่วน “สบู่ (soap)” อีกคำที่พบในสมการเคมีจะหมายถึง สารตั้งต้นสำหรับการผลิตสบู่ นั่นก็คือ เกล็ดสบู่ (soap) ที่ได้จากปฏิกิริยาระหว่างด่างเข้มข้นกับไขมันพืชหรือสัตว์ รวมตัวกับกลีเซอริน (Glycerine)/กลีเซอรอล (Glycerol) ซึ่งสารทั้งสองเป็นสารตั้งต้นในการทำสบู่เหมือนกัน แต่จะให้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเรียกว่า “เกล็ดสบู่” (<http://www.siamchemi.com/>)

สบู่ก้อน ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกาย เพื่อขจัดสิ่งสกปรกออกจากผิวหนัง อาจผสมสมุนไพร เช่น ตะไคร้ เปลือกมังคุดด้วยหรือไม่ก็ได้

สบู่ก้อน คือ ส่วนผสมระหว่างกรด (ไขมัน) กับเบส (ด่าง) ในอัตราส่วนที่ทำให้สามารถทำความสะอาดได้ดีและไม่เป็นอันตรายต่อผิว คือมีค่า pH อยู่ระหว่าง 8-10 (ในเอกสารจดแจ้งของ อย. ให้ผู้ผลิตสบู่ก้อนระบุว่าค่า pH ไม่เกิน 11) (<https://th.wikipedia.org/wiki/>)

ลักษณะของสบู่

สบู่มีส่วนผสมของกรดหรือกรดไขมัน เช่น น้ำมันพืช ไขมันสัตว์ กับ เบส เช่น โซดาไฟ ในอัตราส่วนที่ทำให้สามารถทำความสะอาดได้ดีและไม่เป็นอันตรายต่อผิว คือมีค่า pH อยู่ระหว่าง 8-10 โดยทั่วไปอัตราส่วนผสมที่เหมาะสมคือเมื่อผสมกันแล้วควรจะให้เหลือกรดไขมัน หากไม่มีเครื่องมือในการวัดค่า pH ให้เก็บสบู่เอาไว้อย่างน้อย 15-30 วัน เพื่อให้ค่า pH ลดลง อยู่ในอัตราที่เหมาะสม กรด (ไขมัน) และเบส (ด่าง) ที่นำมาทำสบู่ ไขมันแต่ละชนิดประกอบด้วยกรดไขมันมากกว่า 1 ชนิด ตามธรรมชาติกรดไขมันเหล่านี้จะไม่อยู่อิสระ แต่รวมตัวกับสารกลีเซอรอลในไขมันอยู่ในรูปกลีเซอไรด์ เมื่อต่างทำปฏิกิริยากับกรดไขมัน กรดไขมันจะหลุดออกจากกลีเซอไรด์ รวมตัวเป็นสบู่ สารที่เกาะอยู่กับกรดไขมันก็จะหลุดออกมาเป็นกลีเซอริน ปฏิกิริยาของกรดไขมันแต่ละชนิดเมื่อรวมตัวกับด่างแล้วจะให้สบู่ที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน

คุณสมบัติของสบู่ที่ได้จากกรดไขมันต่างชนิดกันทั้งน้ำมันพืชและไขมันสัตว์ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. น้ำมันมะพร้าว สบู่ที่ผลิตได้มีเนื้อแข็ง กรอบ แตกง่าย สีขาวขุ่น มีฟองมากเป็นครีม ให้ฟองที่คงทนพอควร เมื่อใช้แล้วทำให้ผิวแห้ง
 2. น้ำมันปาล์ม ให้สบู่ที่แข็งเล็กน้อย มีฟองน้อย ฟองคงทนอยู่นาน มีคุณสมบัติในการชะล้างได้ดี แต่ทำให้ผิวแห้ง
 3. น้ำมันรำข้าว ให้วิตามินอีมาก ทำให้สบู่มีความชุ่มชื้น บำรุงผิว ช่วยลดความแห้งของผิว
 4. น้ำมันถั่วเหลือง เป็นน้ำมันที่เข้าได้ดีกับน้ำมันอื่น ให้ความชุ่มชื้น รักษาผิว แต่เก็บไว้ได้ไม่นาน มีกลิ่นหืนง่าย
 5. น้ำมันงา เป็นน้ำมันที่ให้วิตามินอีและให้ความชุ่มชื้น รักษาผิว แต่มีกลิ่นเฉพาะตัว
 6. น้ำมันมะกอก ทำให้ได้สบู่ที่แข็งพอสมควร ใช้ได้นาน มีฟองเป็นครีมนุ่มนวลมาก ให้ความชุ่มชื้น ไม่ทำให้ผิวแห้ง
 7. น้ำมันละหุ่ง ช่วยทำให้สบู่มีฟองขนาดเล็กจำนวนมาก ทำให้สบู่เป็นเนื้อเดียวกันดี สบู่ไม่แตก ทำให้สบู่มีความนุ่มเนียนและช่วยให้ผิวนุ่ม
 8. น้ำมันเมล็ดทานตะวัน ทำให้สบู่ชุ่มชื้น แต่ฟองน้อย
 9. ไขมันวัว จะได้สบู่ที่มีเนื้อแข็งสีขาวอายุการใช้งานนาน มีฟองน้อย ทนนาน แต่จะมีความนุ่มนวล
 10. ไขมันหมู จะได้สบู่ที่มีเนื้อแข็ง อายุการใช้งานนาน ฟองน้อย แต่มีความทนนาน
 11. ขี้ผึ้ง ได้สบู่เนื้อแข็ง อายุการใช้งานนาน ฟองน้อย แต่มีความทนนาน
 12. ไขมันแพะ ได้สบู่เนื้อนุ่ม ให้ความชุ่มชื้นแก่ผิว ผิวนุ่มเนียน
- คุณสมบัติของสบู่ที่ได้จากเบส (ด่าง) ที่ใช้มี 3 ชนิด จะมีความแตกต่างกัน ดังนี้
1. ขี้เถ้า ใช้ในการผลิตสบู่ในสมัยโบราณ ปัจจุบันมีการพัฒนาใช้เป็นต่างแทน
 2. โซดาไฟหรือโซเดียมไฮดรอกไซด์ ทำปฏิกิริยาได้สบู่ก้อนแข็ง
 3. โพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ ทำปฏิกิริยาได้สบู่เหลว (<https://th.wikipedia.org/wiki>)

สบู่ที่จำหน่ายในท้องตลาดแบ่งตามลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็น 2 ลักษณะ คือ สบู่ก้อน (bar soaps) ลักษณะที่ดีคือเป็นก้อนไม่มีสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ได้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์และสบู่เหลว (liquid soaps) ลักษณะที่ดีคือเป็นเนื้อเดียวไม่แยกชั้น

นอกจากวัตถุดิบหลักที่นำมาทำสบู่แล้ว ผู้ผลิตอาจนำวัตถุดิบอื่น ๆ ผสมเพิ่มเพื่อจะให้มี ความหลากหลายและแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์

1. ไขมันและน้ำมันจากพืชหรือสัตว์ เช่น น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว
2. ด่าง (alkali) เป็นตัวทำปฏิกิริยากับกรดไขมันและส่วนประกอบอื่น ๆ ทำให้สารลดแรงตึงผิวและสารลดความกระด้างของน้ำทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ที่นิยมใช้มี 2 ชนิด คือ โซเดียมไฮดรอกไซด์ ใช้สำหรับสบู่ก้อนและโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ ใช้สำหรับสบู่เหลว
3. สารลดความกระด้างของน้ำ (builders) ใช้ลดความกระด้างของน้ำ เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการทำความสะอาดและป้องกันการเสื่อมของผลิตภัณฑ์ เช่น สี กลิ่น เป็นต้น
4. สารลดแรงตึงผิวสังเคราะห์ (synthetic surfactants) บางชนิดไม่สามารถย่อยสลายทางชีวภาพได้ ทำให้เกิดการตกค้างและสะสมในสิ่งแวดล้อม
5. สารปรับสภาพ (conditioners) เพื่อให้ผิวเกิดความชุ่มชื้นและเกิดความระคายเคืองต่อผิวน้อยลง เช่น ลาโนลิน และโคลด์ครีม
6. สี ซึ่งจะต้องเป็นสีตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอางค์ พ.ศ. 2535 เช่น คลอโรฟิลล์ ซินนาบาร์ อัลตรามารีนกรีน เป็นต้น
7. สารต้านจุลินทรีย์ (antimicrobial agents) ทำหน้าที่ฆ่าและยับยั้งการ เจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดเชื้อโรคและกลิ่น
8. หัวน้ำหอม (fragrances) ทำหน้าที่ปกปิดกลิ่นของส่วนประกอบต่าง ๆ และให้กลิ่นหอม

ในปัจจุบันผู้ผลิตในประเทศไทยผสมสมุนไพรในสบู่ได้อีก ซึ่งสมุนไพรที่นำมาทำเป็นส่วนผสมของสบู่แบ่งออก 4 หมวดใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สมุนไพรประเภทรักษาเชื้อรา แก้ผดผื่นคัน อักเสบ สมานแผล ได้แก่ เปลือกมังคุด ใบทองพันชั่ง ใบชุมเห็ด บัวบก ฯลฯ
2. สมุนไพรประเภทดับกลิ่นตัว ได้แก่ ถ่านไฟ ตะไคร้ ตะไคร้หอม หัวเปราะหอม สารระเหย กระเพรา ฯลฯ
3. สมุนไพรประเภททำให้ผิวขาว กัดฝ้า ได้แก่ ผลไม้ประเภทที่มีรสเปรี้ยวหรือส้มเกือบทุกชนิด หรือแครอท ฯลฯ
4. สมุนไพรประเภทบำรุงผิว ได้แก่ ขมิ้น ลูกตาลสด แตง มะเขือเทศ น้ำผึ้ง นม ฯลฯ

การที่จะนำเอาสมุนไพรหลาย ๆ ชนิดมาผสมเป็นสบู่ผสมสำหรับทำสบู่ควรศึกษาว่า สมุนไพรอะไร จะไปฆ่าฤทธิ์สมุนไพรอื่นหรือไม่ หรือผสมกันแล้วเกิดการแยกตัวหรือผสมทำเป็นสบู่แล้วไป ทำลาย ความเป็นต่างของสบู่ (สนธยา ชำนะ กลุ่มบ้านสมุนไพร เข้าถึงใน <http://kiriwonggroup.com/herb-made.html>)

สบู่ที่มีส่วนผสมสมุนไพรตามธรรมชาติที่ผลิตกันในท้องถิ่นมีมากมายหลายชนิด เช่น สบู่ผสมมะหาด สบู่ผสมแตงกวา สบู่ผสมขมิ้นชัน สบู่ผสมถ่าน สบู่ผสมแครอท สบู่ผสมมะเฟือง สบู่ผสมชาสมุนไพร สบู่ผสมมังคุด สบู่แอปเปิ้ลกีวี สบู่กล้วย ฯลฯ (<http://ddeep.com/%E0%>)

วิธีการเติมสมุนไพรลงในสบู่ มี 2 วิธี คือ

1. เติมในระหว่างกระบวนการทำสบู่ วิธีการนี้ ผู้ผลิตควรเติมสมุนไพรหลังจากกวนส่วนผสมของสบู่เสร็จเรียบร้อยแล้ว การเติมควรเติมสมุนไพรก่อนเทสบู่ลงแบบ เป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับสมุนไพรประเภทสกัดเป็นผงแอลกอฮอล์และสกัดด้วยน้ำมัน

2. ทำสบู่พื้นฐานขึ้นมาก่อน แล้วนำมาหลอมใหม่ หลังจากนั้นจึงเติมสมุนไพรลงไป วิธีนี้เรียกว่า "การทำสบู่สองขั้นตอน" เหมาะสำหรับสบู่ที่สกัดด้วยการคั้นหรือการต้ม สัดส่วนการเติมสมุนไพรลงในสบู่

ลักษณะของสบู่ที่ดี

1. มีความสามารถทำความสะอาดได้ดีและล้างออกจากผิวได้ง่าย
2. มีฟองในระดับที่เหมาะสมและฟองควรมีลักษณะละเอียด
3. มีความเป็นด่างน้อยในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อผิวหรือทำลายชั้นไขมันของผิว
4. สบู่ก้อนไม่มีเนื้อเหลว แตกหักง่าย
5. ไม่มีกลิ่นหืน มีกลิ่นหอมน่าใช้ และมีคุณสมบัติเฉพาะในบางกรณี เช่น สบู่ฆ่าเชื้อ
6. ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงของสีและกลิ่น ถ้าไม่หมดอายุ
7. สบู่ควรมีการสีกกร่อนที่ไม่เร็วหรือช้าเกินไป
8. ไม่ทำลายไขมันตามธรรมชาติของผิว โดยหลังการใช้ผิวควรยังคงมีความชุ่มชื้น
9. ไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิว

ชนิดของสบู่

สบู่ที่นำมาใช้ในงานต่าง ๆ ปัจจุบันมีหลายชนิดสามารถแบ่งออกตามลักษณะเป็น 2 ประเภท ใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สบู่แบ่งตามลักษณะการใช้งาน แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

1.1 สบู่หอมถนอมผิว มีส่วนผสมของสารบำรุงผิว สารให้ความชุ่มชื้น (moisturizer) สารช่วยในการทำความสะอาดและวิตามินต่าง ๆ ที่ช่วยบำรุงผิวพรรณ

1.2 สบู่อนามัย มีส่วนผสมของสารที่ใช้ระงับเชื้อและกลิ่น ใช้ทำความสะอาดผิวกายชำระล้างสิ่งสกปรกและแบคทีเรียซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของกลิ่นกาย

1.3 สบู่เด็ก จะมีส่วนประกอบสำคัญที่เหมาะสมสำหรับผิวที่ละเอียดและบอบบางของเด็ก (สุรางค์ กิตติกาญจนรักษ์ เข้าถึงใน <http://www.dit.go.th/contentdetail.asp?ID>)

2. สบู่แบ่งตามรูปลักษณ์ของสบู่ แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

2.1 สบู่ก้อนขุ่น เป็นผลิตภัณฑ์สบู่ที่รู้จักและใช้กันมานานจนถึงปัจจุบัน มีลักษณะเป็นก้อนแข็งสีขาวขุ่นหรือมีสีต่างๆ ตามสีของสารเติมแต่ง เช่น สีเขียว สีชมพู สีม่วง เป็นต้น สบู่ชนิดนี้ใช้สารตั้งต้น คือ เกล็ดสบู่ ที่ผลิตได้จากปฏิกิริยาข้างต้นเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต ที่ให้คุณสมบัติเป็นก้อนแข็ง ขาวขุ่น ให้ฟองมาก

2.2 สบู่ก้อนใส เป็นผลิตภัณฑ์สบู่ที่มีลักษณะก้อนใสหรือค่อนข้างใสตามสัดส่วนของ กลีเซอริน ที่ผสม สบู่ก้อนใสจะมีลักษณะอ่อนกว่าสบู่ก้อนขุ่นและสามารถทำให้เกิดสีใตต่าง ๆ ตาม สารให้สีที่เติมผสม สบู่ชนิดนี้จะให้ฟองค่อนข้างน้อยกว่าสบู่ก้อนขุ่น เนื่องจากมีส่วนผสมของกลีเซอริน เป็นส่วนใหญ่ สารตั้งต้นที่ใช้อาจเป็นกลีเซอรินเหลวหรือกลีเซอรินก้อน (กลีเซอรินเหลว+ เอทิลแอลกอฮอล์) รวมตัวกับสารเติมแต่งชนิดต่าง ๆ

2.3 สบู่เหลว เป็นผลิตภัณฑ์สบู่ที่มีน้ำเป็นส่วนผสมทำให้เนื้อสบู่เหลว มีสีสันต่าง ๆ ตามสารเติมแต่ง สบู่ชนิดนี้ใช้สารตั้งต้นจากเกล็ดสบู่ ที่ได้จากปฏิกิริยาข้างต้นเหมือนชนิดสบู่ก้อนขุ่น แต่ต่างกันที่จะใช้ต่างเข้มข้นโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์แทนโซเดียมไฮดรอกไซด์ เพราะจะให้เนื้อสบู่ อ่อนตัวดีกว่า

วิธีการทำสบู่

การทำสบู่ในระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน ในกรรมวิธีหลัก ๆ จะไม่แตกต่างกัน มากนัก แต่ในทางอุตสาหกรรมจะมีกระบวนการที่ละเอียดและซับซ้อนกว่า โดยในภาคอุตสาหกรรม อาจเตรียมสบู่สารตั้งต้นเองหรือสั่งซื้อจากอีกแหล่งที่ทำหน้าที่รับผลิต ทั้งที่เป็นเกล็ดสบู่ เพื่อผลิตสบู่ ก้อนขุ่น หรือสบู่เหลว และกลีเซอริน เพื่อผลิตสบู่ก้อนใส

1. การผลิตสบู่เป็นภาคอุตสาหกรรม

สำหรับภาคอุตสาหกรรมสามารถผลิตได้ทั้งสบู่ก้อนขุ่น สบู่ก้อนใสและสบู่เหลว โดย นิยมสั่งซื้อเกล็ดสบู่ และกลีเซอริน จากแหล่งจำหน่ายโดยไม่ต้องเตรียมเอง

ขั้นตอนการผลิตสบู่ภาคอุตสาหกรรม

- 1) การฟอกสีน้ำมันวัตถุดิบเพื่อให้น้ำมันมีสีใสและไม่มีกลิ่นหืน
- 2) การต้มสบู่ เพื่อให้ได้เกล็ดสบู่ และกลีเซอริน ด้วยการเติมด่างโซเดียมไฮดรอกไซด์ หรือโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์
- 3) ขั้นตอนการแยก โดยการแยกเกล็ดสบู่และกลีเซอรินออกจากกัน
- 4) ขั้นตอนการพิต เป็นการนำเอาเกล็ดสบู่เข้าหม้อพิตเพื่อกำจัดเกลือที่ตกค้างใน เกล็ดสบู่
- 5) การระเหยน้ำ ด้วยการเป่าแห้งเกล็ดสบู่เหลวเพื่อกำจัดน้ำที่ผสมอยู่และเพื่อให้ เกล็ดสบู่แห้งจับตัวเป็นก้อน เรียกว่า สบู่ดิบ
- 6) นำสบู่ดิบมาผสมกับส่วนผสมต่างๆ ภายใต้ความร้อนจนสารทั้งหมดละลายรวมตัว กันและผ่านเข้าเครื่องอัดความหนาแน่นเพื่อให้สบู่เป็นก้อนที่คงตัวและสม่ำเสมอ
- 7) เมื่อสบู่ที่ออกจากเครื่องอัดความหนาแน่นแล้ว จะเข้าสู่ขั้นตอนการรีดให้เป็นแท่ง ยาว และตัดด้วยเครื่อง
- 8) ก้อนสบู่ที่ตัดเป็นก้อนจะเข้าสู่ขั้นตอนการปั๊มบนแม่พิมพ์ และตีตรา เข้าสู่ขั้นตอน การบรรจุในชั้นสุดท้าย

2. การผลิตสบู่สมุนไพรเป็นภาคครัวเรือน

2.1 สารตั้งต้น

การทำสบู่ในภาคครัวเรือนนิยมผลิตสบู่ก้อนขุ่น สบู่ก้อนใสและสบู่เหลว ซึ่งจะใช้ สารตั้งต้นที่แตกต่างกัน

- 1) สบู่ก้อนขุ่น ใช้สารตั้งต้น คือ เกล็ดสบู่ ที่เกิดจากการใช้ด่างโซเดียมไฮดรอกไซด์
- 2) สบู่ก้อนใส ใช้สารตั้งต้น คือ กลีเซอรินก้อน
- 3) สบู่เหลว ใช้สารตั้งต้นคือ เกล็ดสบู่ ที่เกิดจากการใช้ด่างโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์

วิธีการเตรียมสารตั้งต้น

วัสดุ และสารเคมี มีดังนี้

1. น้ำ 1 ลิตร
2. โซเดียมไฮดรอกไซด์ 100 กรัม
3. น้ำมันจากพืช เช่น น้ำมันมะพร้าว น้ำมันมะกอก น้ำมันปาล์ม 3 ลิตร

วิธีการทำ

1. ละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์ในหม้อที่ตม่น้ำ คนให้ละลายจนหมดและตั้งทิ้งไว้ให้อุ่น
2. เทน้ำมันพืชลงในหม้อ กวนให้เข้ากันและเทใส่แม่พิมพ์หรือภาชนะอื่น
3. รินน้ำและสารละลายใส่ที่เป็นกลีเซอรินส่วนบนออก
4. สบู่จะนอนกันเป็นตะกอนขาวขุ่น ซึ่งต้องตั้งทิ้งไว้ให้เย็น จนเกล็ดสบู่จับตัวเป็น

ก้อน สำหรับการทำสบู่ก้อนขุ่น

2.2 สมุนไพร

สมุนไพรที่ใช้เป็นส่วนผสมทำสบู่มีมากมายหลายชนิด เช่น

- 1) มะขาม มะนาว มะกรูดให้วิตามินซี และกรด ช่วยขัดเซลล์ผิว และป้องกันเชื้อจุลินทรีย์
- 2) เปลือกมังคุดให้วิตามินดี ไลทรอยต่างด้า
- 3) มะละกอ ให้วิตามินเอ ช่วยบำรุงผิวให้ขาว
- 4) ว่านหางจระเข้ ให้วิตามินอีช่วยไลทรอยจุดต่างด้า
- 5) ขมิ้น ดาวเรือง ช่วยบำรุงผิว

การเตรียมสมุนไพร สามารถทำได้โดยวิธีการ ดังนี้

1. การทำเป็นผง ด้วยการตากแห้งและนำมาบดให้เป็นผงละเอียด แล้วนำไปตากให้แห้งอีกครั้ง

2. การสกัดเป็นสารละลาย ด้วยการบดสมุนไพรให้ละเอียดและนำมาต้มสกัดหรือนำมาแช่สกัดด้วยแอลกอฮอล์ผสมกับน้ำ

สบู่สมุนไพรควรเติมผงสมุนไพรประมาณร้อยละ 1-5 ของน้ำหนักสบู่และสมุนไพรที่ได้จากการต้มสกัด ควรเติมประมาณร้อยละ 5-10 ของน้ำหนักสบู่

2.3 สารเติมแต่ง

1) น้ำหอม เป็นสารเติมแต่งที่นิยมเติมในการทำสบู่ สามารถใช้ได้ทั้งน้ำหอมทั่วไปหรือน้ำหอมสำหรับสบู่

2) ผงสี สารลดความกระด้าง สารรักษาความชื้น สารป้องกันการเหิน ซึ่งสารเหล่านี้อาจไม่ใช่ก็ได้หากไม่สะดวกที่จะหาซื้อ

2.4 ขั้นตอนการทำสบู่

- 1) นำเกล็ดสบู่ใส่หม้อภาชนะ ตั้งไฟอ่อน ๆ ให้ละลายจนหมด
- 2) เติมสมุนไพร หากเป็นผงประมาณไม่เกิน 50 กรัม หากเป็นน้ำสกัดไม่เกิน 100 ซีซี
- 3) เติมสารเติมแต่ง เช่น น้ำหอม ผงสี และอื่นตามที่หาซื้อได้ พร้อมคนให้ละลายเข้ากัน
- 4) เทสารละลายสบู่ในแม่พิมพ์ และรอจนแข็งตัว ก็จะได้สบู่สำหรับใช้งาน

(siamchemi, 2018)

สบู่ สบู่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำมาทำความสะอาดสิ่งต่าง ๆ มีส่วนผสมสำคัญที่ทำให้สะอาด คือ ปฏิกิริยาของด่างเข้มข้นกับไขมันพืชหรือสัตว์ที่ช่วยให้ทำความสะอาด ผสมกับกลีเซอริน ทำให้เกิดสารที่ลื่นและมีฟอง มีทั้งสบู่ก้อน ช้อน สบู่ก้อนใส และสบู่เหลว ยิ่งไปกว่านั้นปัจจุบันคนไทยนิยมผลิตสบู่ผสมสมุนไพรต่าง ๆ ตามสรรพคุณที่ต้องการ

2.3 มะปราง มะยงชิด (Plum Mango)

มะปรางหวานกับมะยงชิด เป็นผลไม้ที่สร้างชื่อเสียงให้จังหวัดนครนายกมานานกว่า 20 ปี พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นทุกปี จากปี พ.ศ. 2546 มีพื้นที่ปลูกประมาณ 3,000 ไร่ ปี พ.ศ. 2551 ขยายเพิ่มขึ้นเป็น 5,522 ไร่ ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอเมือง รongลงมา คืออำเภอบ้านนา สำหรับอำเภอปากพลี มีพื้นที่ปลูก 298 ไร่ เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตขนาดเล็ก จึงเน้นการผลิตต้นพันธุ์จำหน่าย สามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรได้ไม่แพ้การจำหน่ายผลผลิต แต่เกษตรกรจะผลิตทั้งต้นพันธุ์ และผลผลิตจำหน่าย ดังนั้น อำเภอปากพลีจึงได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินโครงการส่งเสริมพัฒนาการผลิตมะปรางหวาน มะยงชิด ปีงบประมาณ 2553 เพื่อขยายฐานการผลิตของจังหวัดนครนายก (ทองอินทร์ ถิ่นมั่น, 2555: 7)

มะปราง เป็นชื่อของผลไม้เมืองร้อนชนิดหนึ่งที่อยู่ในวงศ์ Anacardiaceae (วงศ์เดียวกับ มะม่วง มะกอก ฯลฯ) มีถิ่นกำเนิดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นผลไม้รูปทรงคล้ายไข่ไก่ มีเปลือกที่สุกสีเหลืองส้ม ผิวเปล่งปลั่ง มีความกรอบ หวานและอร่อย ออกผลเป็นช่อ ช่อละ 1-15 ผล มะปรางมี 2 ชนิด คือ มะปรางเปรี้ยวและมะปรางหวาน รสชาติโดดเด่นคือมะปรางเปรี้ยวจะมีรสเปรี้ยวมากถึงแม้ลูกสุกแล้วก็จะเปรี้ยว จนชาวสวนเรียกกันว่า “กาวาง” บ่งบอกให้รู้ว่า แม้แต่ก่ายังทนรสเปรี้ยวไม่ไหว สำหรับมะปรางหวานจะมีรสหวานมากจนไม่มีรสเปรี้ยว ผลมะปรางที่มีเปลือกบางและนิ่มสามารถรับประทานได้ทั้งเปลือก เนื้อในสีเหลืองส้ม นุ่ม ฉ่ำน้ำ แต่ผลมะปรางก็มียาง หากกินมาก ๆ จะทำให้ระคายคอหรือไอได้ ดังนั้น คนไทยจึงนิยมนำมาปอกให้เป็นริ้ว เรียกว่า มะปรางริ้วซึ่งคนโบราณกล่าวกันว่า หากหญิงใดมีฝีมือในการปอก “มะปรางริ้ว” ได้อย่างสวยงาม โดยเนื้อไม่ช้ำหรือไม่ละ จะถือว่ามีความสมบูรณ์ดี มะปรางมีเมล็ดเพียงเมล็ดเดียว ผิวของกะลาเมล็ดมีเส้นใย ส่วนเนื้อในเมล็ดมีทั้งสีขาวและสีม่วงอมชมพู ใช้เรียกสิ่งต่าง ๆ ที่มีสีม่วงแบบเดียวกันนี้ว่า “สีม่วงเม็ดมะปราง” มะปรางเป็นผลไม้ที่อุดมไปด้วยวิตามินซี ช่วยรักษาความเสื่อมโทรมของร่างกาย มีสรรพคุณในการสมานแผล ทำให้แผลหายเร็ว และวิตามินซี ทำให้ห่างไกลจากโรคเลือดออกตามไรฟัน สีที่เหลืองของมะปรางเป็นแหล่งสะสมของเบต้าแคโรทีนที่จะเปลี่ยนไปเป็นวิตามิน A บำรุงสายตาและ

ผิวให้มีสุขภาพดีเสมอ รากของมะปรางนับเป็นยาระบายความร้อนได้ดี เพราะว่ามีสรรพคุณเย็นจึงช่วยลดและแก้พิษไข้ได้ดีมาก

มะยงชิด เป็นผลไม้ที่มีลักษณะคล้ายกับมะปรางและจัดอยู่ในสกุล Bouea เหมือนกัน ก็คือ “มะยง” แต่มะยงจะมีขนาดผลใหญ่กว่า ผลดิบมีสีเขียวจัดกว่ามะปราง ผลสุกสีส้ม รสหวานอมเปรี้ยว ไม่มียาง มะยงมี 2 ชนิดคือ “มะยงชิด” และ “มะยงห่าง” มะยงชิดจะมีรสหวานมากกว่าเปรี้ยว จึงเป็นที่ต้องการของตลาด ส่วนมะยงห่างนั้นมีรสเปรี้ยวมากกว่าหวานและผลไม้อีกชนิดคือ “มะปริง” ซึ่งมีผลขนาดเล็กและกลมกว่ามะปราง เป็นไม้พื้นถิ่นทางภาคใต้ ผลดิบมีสีเขียว รสเปรี้ยวใช้ประกอบอาหารแทนมะนาวและนำไปดองหรือเชื่อม ส่วนผลสุกมีสีเหลือง รสหวานอมเปรี้ยวกินเป็นผลไม้

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์พืชตระกูล (มะปรางหวาน มะยงชิด)

สำนักงานเกษตรจังหวัดนครนายก (2552 อ้างถึงใน ทองอินทร์ ถิ่นมั่น, 2555: 1-2)อธิบายลักษณะทางพฤกษศาสตร์พืชตระกูลมะปรางหวาน มะยงชิด ดังนี้

ชื่อไทย มะปราง (Maprang)

ชื่อสามัญ Marian plum, Plum Mango

ชื่อวิทยาศาสตร์ Bouea burmanica Gruff

ตระกูล ANACARDIACEAE

ชื่ออื่น : บักปราง (ภาคอีสาน), มะผาง (ภาคเหนือ), ปราง (ภาคใต้)

มะปรางมีถิ่นกำเนิด แถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เจริญเติบโตได้ดีแถบเขตร้อนภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ส่วนต่างของมะปราง มีดังนี้

ราก ประกอบด้วยรากแก้ว ต้นมีอายุมาก รากแก้วอาจยาวถึง ๕-๖ เมตร หรือมากกว่า รากแขนงเจริญออกจากรากแก้วเจริญไปในแนวนอนหรือเอียงขยายออกในแนวกว้าง ส่วนรากแขนงจะมีรากฝอยเป็นรากที่มีขนาดเล็ก มีหน้าที่โดยตรงในการดูดธาตอาหารต่าง ๆ ผ่านรากแขนงและรากแก้วขึ้นไปเลี้ยงลำต้น สำหรับต้นที่ปลูกรากกิ่งตอนจะไม่มีรากแก้ว

ลำต้น มีลำต้นเป็นแบบเดี่ยว แตกกิ่งออกเป็นกิ่งหรือแขนงในส่วนที่อยู่สูงขึ้นไป เนื้อไม้แข็ง ต้นกลม เปลือกขรุขระมีสะเก็ด ทรงต้นไม่แน่นอน แตกกิ่งกระกระจายไม่เป็นระเบียบ

ใบ ใบรูปหอก โคนและปลายใบเรียวสอบ ใบยาว ใบอ่อนจะมีสีม่วงแดง ใบแก่เขียวจัดเป็นมันมีเส้นใบเด่นชัด ขอบใบเรียบ

ดอก ออกดอกเป็นช่อ คล้ายมะม่วง ดอกเล็กกว่ามะม่วง ช่อดอกยาวก้านดอกสั้นกลีบดอกสีเหลืองอ่อน เป็นดอกสมบูรณ์เพศ ดอกเกิดที่ปลายกิ่งออกดอกปีละครั้ง ประมาณเดือนพฤศจิกายนหรือเดือนธันวาคม หากอากาศหนาวเป็นระลอกๆ อาจแทงช่อดอก ๒-๓ รุ่นก็ได้

ผล ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ ขนาดผลตั้งแต่เท่าผลพุทราเจดีย์ ถึงขนาดไข่เป็ด ผลอ่อนสีเขียวจาง ผลโตเขียวเข้มเหลืองแดง ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ รสชาติมีทั้งหวาน หวานอมเปรี้ยว หวานมัน เปรี้ยวจัด

เมล็ด หนึ่งผลมีหนึ่งเมล็ด มีเสี้ยนหรือเส้นใยติดเมล็ด เมล็ดเต็มไปด้วยเนื้อ สีของเมล็ดมีทั้งสีขาว สีชมพูอมม่วง และสีม่วง เมล็ดมีรสขมและฝาด (ทองอินทร์ ถิ่นมั่น, 2555 : 1-2)

ชนิดมะพร้าวตามลักษณะพฤกษศาสตร์

1. *Bouae microphylla* มักเรียกมะพร้าวป่าหรือมะพร้าว พบมากในภาคใต้ เป็นมะพร้าวที่มีลักษณะใบเล็ก มีมีรสเปรี้ยว นิยมมาตำเป็นน้ำพริกหรือใส่แกงส้ม

2. *Bouae macrophylla* เป็นมะพร้าวพันธุ์ต่างประเทศ มีลักษณะใบและผลใหญ่ ขนาดใบเกือบเท่ากับใบมะม่วง ปลูกมากในแถบแหลมมาลาโย

3. *Bouae burmanica* มักเรียกว่ามะพร้าวบ้านหรือมะพร้าวสวน เป็นมะพร้าวที่นิยมปลูกกันมากในไทย มีหลายสายพันธุ์ แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

3.1 มะพร้าวเปรี้ยว เป็นมะพร้าวที่มีผลขนาดเล็ก ผลมีรสเปรี้ยวจัดทั้งผลดิบและผลสุก นิยมนำผลดิบมาแปรรูปเป็นมะพร้าวทอง

3.2 มะพร้าวหวาน มีทั้งผลขนาดเล็ก ปานกลางและใหญ่ ตามลักษณะสายพันธุ์ที่แตกต่าง ผลดิบมีรสเปรี้ยว เมื่อสุกจะให้รสหวาน ส่วนใหญ่ผลสุกที่มีขนาดใหญ่จะให้รสหวานมาก แต่อาจมีรสเปรี้ยวเล็กน้อย เช่น พันธุ์ลุงชิต พันธุ์ท่าอิฐ พันธุ์ทองนพรัตน์ เป็นต้น

3.3 มะยงชิด เป็นมะพร้าวชนิดหนึ่ง มีทั้งผลขนาดเล็ก ปานกลางและใหญ่ ตามลักษณะสายพันธุ์ที่แตกต่าง ผลดิบมีรสเปรี้ยว เมื่อสุกจะให้รสหวานอมเปรี้ยว มีทั้งเปรี้ยวมากกว่าหวานหรือหวานมากกว่าเปรี้ยว (puechkaset, 2018)

ความแตกต่างของมะพร้าวกับมะยงชิด

มะพร้าวกับมะยงชิดมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. มะพร้าวโดยรวมแล้วขนาดของผลจะเล็กกว่ามะยงชิด
2. มะพร้าวบางสายพันธุ์รับประทานแล้วอาจคันหรือระคายคอ มะยงชิดเมื่อรับประทานแล้วจะไม่มีอาการดังกล่าว
3. มะพร้าวผลดิบจะมีสีเขียวออกซีด มะยงชิดผลดิบจะมีสีเขียวจัดกว่ามะพร้าว
4. มะพร้าวผลดิบมีรสขม มะยงชิดผลดิบรสจะเปรี้ยวจัด
5. ผลมะพร้าวสุกมีสีเหลืองนวล เหลืองทอง มะยงชิดสุกมีสีเหลืองออกส้ม
6. มะพร้าวเมื่อปอกเปลือกจะให้รสหวานเพียงอย่างเดียวหรือหวานอมเปรี้ยว เนื่องด้วยความเปรี้ยวมีทั้งในเปลือกและเนื้อด้านใน มะยงชิดเมื่อปอกเปลือกแล้วจะให้รสหวาน เพราะเปลือกมะยงชิดจะให้รสเปรี้ยว

พันธุ์ของมะพร้าวกับมะยงชิด

มะพร้าวและมะยงชิดมีพันธุ์ต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้พัฒนาสายพันธุ์ขึ้นมาหลายพันธุ์ ดังนี้

พันธุ์มะพร้าว

1. พันธุ์ทองนพรัตน์ มีลักษณะเด่นคือ ลักษณะผลเรียวยาว มีรสหวานกรอบ เมล็ดเล็ก ถีบ เปลือกหนา ให้ผลผลิตหลังปลูกประมาณ 2 ปี น้ำหนัก 10 ผล/ก.ก. ที่มาของพันธุ์คือ นครนายก
2. พันธุ์มหาชนก มีลักษณะเด่นคือ ติดผลดก มีรสหวานกรอบ เมล็ดเล็ก ถีบ เปลือกหนา ที่มาของพันธุ์คือ กำแพงเพชร

3. พันธุ์เจ้าสัว มีลักษณะเด่นคือ ใบใหญ่ ให้ผลยาวใหญ่ มีรสหวานจัด เมล็ดเล็ก มีเปลือกหนากรอบ ที่มาของพันธุ์คือ นครนายก

4. พันธุ์แม่อนงค์ มีลักษณะเด่นคือ ติดผลเร็วและดก ผลมีสีเหลืองสด มีรสหวาน เนื้อและเปลือกหนากรอบ ที่มาของพันธุ์คือ นครนายก

5. พันธุ์ใหญ่ มีลักษณะเด่นคือ มีลักษณะทรงพุ่มกลม ให้ผลยาวรีสีเหลืองเข้ม มีรสหวาน เมล็ดเล็ก เนื้อหนา ที่มาของพันธุ์คือ เพชรบูรณ์

6. พันธุ์พวง มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดก มีใบเรียวยาวเล็ก เนื้อหนาแน่นให้รสหวาน เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ เพชรบูรณ์

7. พันธุ์รุ่งอรุณ มีลักษณะเด่นคือ เป็นพันธุ์ที่ทนแล้งและโรคแมลงได้ดี ติดผลเร็ว ให้ผลขนาดใหญ่ ผลมีเนื้อหนา หวาน เปลือกกรอบ เมล็ดเล็ก 7 ผล/ก.ก. ที่มาของพันธุ์คือ ปราจีนบุรี

8. พันธุ์ลูงชิด มีลักษณะเด่นคือ มีลักษณะใบใหญ่ ติดผลเร็วและดก ผลมีรูปไข่สีเหลืองทอง เปลือกหนากรอบ ให้เนื้อหนา หวาน เมล็ดเล็ก ขนาดผลใหญ่ 13-16 ผล/ก.ก. ที่มาของพันธุ์คือ สุโขทัย

9. พันธุ์พุ่มทอง มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลยาว สีเหลืองนวล ส่วนหัวเล็กและส่วนท้ายใหญ่ มีรสหวาน เมล็ดเล็ก เนื้อและเปลือกหนากรอบ ที่มาของพันธุ์คือ สุโขทัย

10. พันธุ์สุวรรณบาตร มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลยาวรีสีเหลืองนวล มีรสหวาน เมล็ดเล็ก เนื้อและเปลือกหนา ขนาดผลใหญ่ 13-16 ผล/ก.ก. ที่มาของพันธุ์คือ อุดรดิตถ์

พันธุ์มะยงชิด

1. พันธุ์ทุลเกล้า มีลักษณะเด่นคือ ใบมีลักษณะใหญ่ยาว ติดผลเร็วและดก ผลใหญ่มีสีเหลืองอมส้ม ให้รสหวาน เนื้อหนา เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ นครนายก

2. พันธุ์บางขุนนนท์ มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดกใหญ่ มีรูปไข่ เนื้อและเปลือกหนากรอบสีเหลืองอมส้ม มีรสหวานหรืออมเปรี้ยวเล็กน้อย เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ นครนายก

3. พันธุ์เพชรกลางดง มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดก ผลใหญ่ เนื้อและเปลือกหนากรอบสีเหลืองอมส้ม มีรสหวาน เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ กำแพงเพชร

4. พันธุ์ท่าด่าน มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดก ผลใหญ่ เปลือกหนากรอบสีเหลืองอมส้ม มีรสหวานหรืออมเปรี้ยวเล็กน้อย เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ นครนายก

5. พันธุ์แม่ย่า มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดก ผลใหญ่ เนื้อและเปลือกหนากรอบสีเหลืองอมแดง มีรสหวานหรืออมเปรี้ยวเล็กน้อย เนื้อเหนียว ที่มาของพันธุ์คือ สุโขทัย

6. พันธุ์ศรีประทุม มีลักษณะเด่นคือ ใบมีลักษณะหนาใหญ่ ให้ผลดกใหญ่ เนื้อและเปลือกหนากรอบสีเหลืองอมส้ม มีรสหวาน เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ สุโขทัย

7. พันธุ์ศรีหนึ่งสยาม มีลักษณะเด่นคือ มีทรงพุ่มกลม ใบเรียวยาวกลม ให้ผลดกใหญ่ เนื้อสีเหลืองอมส้ม มีรสหวาน เมล็ดลีบบาง ที่มาของพันธุ์คือ สุโขทัย

8. พันธุ์ไข่ทอง มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดก ผลมีรูปไข่สีเหลืองอมส้ม มีรสหวาน เมล็ดเล็ก ที่มาของพันธุ์คือ ปราจีนบุรี

9. พันธุ์อุดมสิน มีลักษณะเด่นคือ ให้ผลดก ผลใหญ่กว่าไข่แปด เนื้อและเปลือกหนากรอบ มีรสหวาน เมล็ดเล็ก 8-11 ผล/ก.ก. ที่มาของพันธุ์คือ ปราจีนบุรี

10. พันธุ์สวีตตี้ มีลักษณะเด่นคือ มีลำต้นและทรงพุ่มไม่สูงมาก กิ่งแทงออกด้านข้าง ให้ผลดกใหญ่รูปยาวรี เนื้อและเปลือกสีเหลืองอมส้มถึงส้มเข้ม มีรสหวาน เมล็ดเล็ก 8-10 ผล/ก.ก. ที่มาของพันธุ์คือ เพชรบูรณ์ (<http://puechkaset.com/%E>)

ประโยชน์ของมะปรางและมะยงชิด

1. มะปรางมีวิตามินซีและเบต้าแคโรทีนสูง เป็นสารตั้งต้นของวิตามินเอ ช่วยให้ดวงตาสดใส ผิวพรรณเปล่งปลั่ง ช่วยในการสร้างคอลลาเจน
2. มะปรางมีวิตามินบี3 หรือไนอะซิน ที่มีความจำเป็นต่อระบบประสาทและการทำงานของสมองและยังช่วยบำรุงผิวพรรณ
3. ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย
4. ช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงของการเกิดโรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น มะเร็ง เบาหวาน ความดัน เป็นต้น
5. มะปรางมีวิตามินสูงจึงช่วยบำรุงและรักษาสายตาได้เป็นอย่างดี
6. มะปรางมีแคลเซียมและฟอสฟอรัสจึงช่วยบำรุงกระดูกและฟันให้แข็งแรง
7. ช่วยป้องกันโรคเลือดออกตามไรฟัน
8. มะยงชิดมีสรรพคุณบำรุงผิวเนื่องจากมีสารต้านอนุมูลอิสระสูงสุด คุณสมบัติของมันคือ ชลอความเสื่อมของเซลล์ต่อต้านและช่วยป้องกันริ้วรอย

สรรพคุณทางยาของมะปรางกับมะยงชิด

1. เมล็ด มีสาร กลุ่ม โพลีฟีนอล สารนี้จะช่วยยับยั้งการเจริญของเซลล์มะเร็งเม็ดเลือดขาว และมะเร็งปอดชนิดที่ไวและดื้อยา โดยสามารถช่วยแก้ปัญหาการดื้อยาได้อย่างมาก
2. ราก มีฤทธิ์เย็น ช่วยลดไข้ ลดอาการตัวร้อน โดยนำรากมะปรางมาทำความสะอาดให้หมดคราบเศษดิน แล้วนำไปต้ม พอน้ำเดือดปิดไฟ รอกะทั่งเย็น นำมาดื่ม จะช่วยบรรเทาอาการไข้ แก้อ่อนใน กระจายน้ำได้
3. ใบ สามารถนำมาทำสีย้อมผ้าได้ โดยนำใบมะปรางที่ต้มหรือทุบแล้วกับแก่นขนุน แช่น้ำทิ้งไว้ประมาณ 1-2 ชั่วโมง นำไปต้มในน้ำเดือดประมาณ 1 ชั่วโมง กรองเอาเฉพาะน้ำสีมาใช้ มีวิธีการย้อมโดยนำผ้าขาว ต้มกับน้ำสีที่ได้มาประมาณ 40 นาที แล้วแช่ทิ้งไว้ข้ามคืน นำปูนขาวและสารส้มใส่ลงไปเล็กน้อย ต้มต่ออีกประมาณ 20 นาที เพียงเท่านี้ก็ได้ผ้าสีกากอมเหลืองและยังใช้ทำเป็นยาพอกแก้อาการปวดศีรษะ
4. ต้น ใช้เป็นยาอมกลั้วคอ (www.flickr.com,natureloveyou.blogspot.com)

2.4 มะปรางรีวของไทย

สมัยก่อนการแกะสลักผักผลไม้เป็นเรื่องในรั้วในวัง เพราะการแกะผักและผลไม้ นั้น ทำเพื่อถวายเจ้านาย แต่ปัจจุบันประชาชนทั่วไปให้ความสนใจในเรื่องการแกะสลักผักและผลไม้กันมากและยังจัดให้มีการเรียนการสอนและมีแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้ในระบบการศึกษาของไทยตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา ชั้นมัธยมศึกษา จะเห็นได้จากมีการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้ในงานศิลปหัตถกรรมนักเรียนตั้งแต่ระดับจังหวัด ระดับภาคและระดับชาติที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้จัดขึ้นทุกปี ในระดับอุดมศึกษาที่ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจัดให้

มีการแข่งขันกันทุกปีเช่นเดียวกัน พร้อมกันนี้หน่วยงานเอกชนหลายหน่วยงาน เช่น สถาบันอาหาร สมาคมเซฟ ยังจัดให้มีการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้ทั้งระดับนักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไปขึ้นทุกปีเช่นกัน แม้ในประเทศต่างยังจัดให้มีการแข่งขันการแกะสลักผักและผลไม้เช่นเดียวกัน แต่สิ่งหนึ่งในงานแกะสลักผักและผลไม้ของไทยที่ชาติอื่นไม่สามารถทำได้และมีชื่อเสียงมาช้านานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอย่างหนึ่งของไทยคือ การแกะสลักมะพร้าวหรือการปอกมะพร้าว ที่เรียกว่า มะพร้าวรีว ซึ่งจะมีวิธีการทั้งการปอกเปลือกมะพร้าวออกให้เป็นรีวสวยงามพร้อมทั้งการคว้านเมล็ดมะพร้าวออกเพื่อมารับประทานได้สะดวก ซึ่งตรงกับพิพิธพันธ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา ผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดวิธีปอกมะพร้าวจากราชสกุลกุญชร รุ่นสู่รุ่น กล่าวว่า “ศิลปะการปอกมะพร้าวมีมานานมากแล้ว ผมเองได้เรียนมาจากคุณแม่ คุณแม่ก็เรียนมาจากคุณย่า คุณย่าเป็นผู้ที่อยู่ในราชสกุลกุญชร ซึ่งการปอกมะพร้าวของราชสกุลกุญชร เป็นที่เลื่องลือมาตั้งแต่ไหนแต่ไร คุณย่าก็มาสอนต่อให้คุณแม่ คุณแม่ชื่อ คุณบุญนาค อิศรเสนา ณ อยุธยา แล้วคุณแม่ก็สอนผม....” และยังให้ข้อมูลอีกว่า “...ในสมัยโบราณ การปอกผลไม้ ถือเป็นงานศิลปะอย่างหนึ่ง เช่น การปอกมะพร้าว จะต้องมียุทธวิธีที่ถูกต้อง ละเมียดละไม อุปกรณ์สำคัญ ๆ แบบดั้งเดิมที่ใช้นั้น มีดมะพร้าว เป็นมีดที่ใช้ปอกมะพร้าวอย่างเดียวเพราะมีดมะพร้าว ต้องเป็นมีดที่คมมาก ๆ สมัยโบราณใช้มีดที่ทำจาก ทองเหลือง ปัจจุบันนี้ก็เป็นมีดที่ทำมาจากเหล็กขาว น้ำหนักของมีดมีความสำคัญมากกับการปอก ถ้าเราจะเอามีดที่ซื้อขายกันอยู่ในปัจจุบันมาใช้ จะปอกได้ยาก เพราะน้ำหนักไม่ค่อยได้ เพราะฉะนั้นเวลาวางมือหรือวางองศาของมีดมันจะไม่ค่อยได้เรื่องลาย (รีว)...เพราะเวลาจับมะพร้าว เวลารีว ถ้ามะพร้าวมันนิ่มมากมันจะปอกยาก ต้องมะพร้าวห่าม ๆ ปอกจะสวย เทคนิค คือ ปอกให้เป็น วิธีการให้ถูก จับมีดให้เป็น จับหมุนมะพร้าวให้ถูก อุปกรณ์ ปอกมะพร้าวมีตัวอย่างมากก็ไม่เกิน 3 เล่ม มีเล่มใหญ่ แล้วก็เล่มเล็ก ๆ ย่อมลงมาหน่อย แล้วก็เล่มที่เรียกว่ามีดคว้าน มี 3 เล่ม แล้วมีผ้า เป็นผ้าแพรดำ เอาไว้ซับคมมีด เพราะว่ามะพร้าวมียางเยอะ” (<http://www.naewna.com/lady/>) ยังมีผู้กล่าวอีกว่า การปอกมะพร้าว ผู้ทำต้องมีความตั้งใจมาก่อน เพราะว่าต้องอดทนมาก มะพร้าวรีวไม่ได้ปอกเป็นในลูกเดียว กว่าที่จะปอกได้อาจจะใช้เวลา ต้องมีความตั้งใจและใจเย็นพอสมควร อย่างเช่น เจ้าจอม หม่อมราชวงศ์เฉียด ในรัชกาลที่ 5 เป็นหม่อมราชวงศ์คนแรก ในราชสกุล "ลดาวัลย์" เป็นธิดาของหม่อมเจ้าฉาย ลดาวัลย์ และหม่อมฉิม ด้วยเหตุที่เป็นหม่อมราชวงศ์คนที่หนึ่งของราชสกุล จึงมีชื่อเรียกกันว่า "คุณใหญ่" ถวายตัวรับราชการในสำนักพระวิมาดาเธอ พระองค์เจ้าสายสวลีภิรมย์ กรมพระสุทธาสินีนาฏ ปิยมหาราชปดิวรัดา จนเมื่ออายุได้ 11 ปี จึงได้ถวายตัวรับราชการฝ่ายใน ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานให้โกนจุกในพระราชพิธีเฉลิมพระที่นั่งวโรภาสพิมาน ที่พระราชวังบางปะอิน จึงมีชื่อพระราชทานว่า "เฉียด" ความสามารถของท่านในหน้าที่ราชการ เป็นผู้ที่ทรงไว้วางพระราชฤทัยรับหน้าที่ปอกผลไม้เครื่องต้นทุกมือ พร้อมกับเจ้าจอมน้อย โชติงเสถียร ซึ่งเป็นผู้มีชื่อมากในด้านการปอกมะพร้าวสมัยนั้น คุณจอมเฉียดเวลานั้นยังปอกมะพร้าวไม่เป็น ท่านก็พยายามปอกยึดกันโถจนกระทั่งปอกได้ดี เชิดหน้าชูตาขึ้นปากโถได้ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรีเข้าถึงใน <https://th.wikipedia.org/wiki>) และการปอกมะพร้าวต้องใช้คุณสมบัติหลายอย่าง เช่น ความนุ่มนวล คือ ต้องมือเบา มีความตั้งใจ อดทนพยายามและสมาธิมั่นคง เริ่มจากการเลือกมะพร้าว ซึ่งมีหลายชนิด เช่น มะยง มะยงชิด และกาวง มะยงชิดมีลูกโต รสหวาน สีสวย กาวงเนื้อหนาปอกง่าย แต่มีรสเปรี้ยว ซึ่งการปอกมะพร้าวเป็นผลไม้ลูกไม้ใหญ่นัก เนื้อนุ่ม ช่าง่ายนั้น แม้จะปอก

วิธีการปอกมะปรางรีว

การปอกมะปรางรีวให้สวยงามควรใช้เทคนิค ดังนี้

1. ควรเลือกมะปรางที่ไม่สุกและไม่ห่ามเกินไปและไม่ซ้ำ
2. มีดต้องคมมาก ควรใช้มีดทองหรือในปัจจุบันมีดทองหาได้ยากมากขึ้นจะใช้มีดที่ทำจากสแตนเลสได้ เพื่อช่วยให้ปอกแล้วเนื้อของมะปรางไม่ดำและเวลาปอกต้องเอามีดจุ่มน้ำบ่อย ๆ แล้วเช็ดกับผ้าเพื่อไม่ให้มะปรางติดยางดำ
3. ใช้คมมีดปอกเปลือกมะปรางโดยปอกให้บางและไม่ควรปอกให้ลึกเกินไป ไล่ไปเรื่อย ๆ จากขั้วไปหาปลายลูกหรือบางคนอาจปอกจากปลายลูกไปหาขั้ว
4. ขณะที่ปอกรีวไม่ควรให้เปลือกมะปรางขาดจากกันให้หมุนมีดกับมะปรางผ่านกันแบบนิ่งมือที่สุด
5. ไม่ควรขยับมีดและมะปรางหรือหยุดขณะปอกรีวเพื่อให้ได้รีวที่สวยงาม
6. นิ้วหัวแม่มือซ้ายคอยบังคับให้คมมีดอยู่ตามรอย นิ้วชี้ขวาควรเป็นการกำหนดรีว
7. การลงมีดให้ตะแคงคมมีดแล้วค่อย ๆ ให้มีดกินเปลือกทีละน้อยเดินไปตามรอยที่กำหนดเพื่อให้ได้รีวตามที่ต้องการ
8. เมื่อปอกเป็นรีวรอบผลแล้ววางในงานมีผ้าขาวชุบน้ำคลุมไว้จนได้จำนวนที่ต้องการ
9. เมื่อต้องการคว้านเมล็ดมะปรางออก ใช้มีดตัดส่วนปลายลูกให้ได้ตามความแบนของเมล็ดมะปรางก่อนแล้วใช้มีดคว้านให้รอบเมล็ดทางด้านปลายลูก
10. ต่อจากนั้นใช้มีดคว้านเมล็ดมะปรางทางด้านขั้วให้รอบเมล็ดแล้วดันให้เมล็ดออกทางด้านปลายลูก
11. เมื่อเอาเมล็ดออกเรียบร้อยแล้วจัดส่วนปลายลูกที่ผ้าให้ปิดกันให้เรียบร้อยแล้วจัดเสิร์ฟสด ๆ หรืออาจจัดเสิร์ฟด้วยการใส่น้ำเชื่อมเล็กน้อยเพื่อช่วยให้เนื้อมะปรางใส

สรุป มะปรางรีวเป็นการปอกเปลือกมะปรางออกด้วยมีดสำหรับปอกมะปรางโดยตรงที่ต้องมีความคมมาก ๆ ที่มีการปอกในลักษณะเป็นร่องด้วยหลักศิลปะให้เป็นเส้นร่องรีวต่าง ๆ เช่น ร่องรีวเป็นเกลียวตามความยาวของลูกมะปราง เป็นร่องรีวหยักตามความยาวหรือตามขวางของลูกมะปราง หรือเป็นเส้นร่องรีวอื่น ๆ ตามความต้องการของผู้ปอกมะปรางที่จะต้องเป็นผู้ที่มีความตั้งใจและใจเย็นในการปอก โดยเลือกมะปรางที่สุกใหม่ ๆ เนื้อยังแข็งจะปอกให้เป็นรีวที่สวยงาม เมื่อปอกเปลือกเรียบร้อยแล้วจึงคว้านเมล็ดออกเพื่อความสะดวกในการรับประทาน หลังจากคว้านเมล็ดออกเรียบร้อยแล้วแช่ในน้ำเชื่อมเล็กน้อยเพื่อให้เห็นรีวสวยงามชัดเจน

2.5 แนวคิดทางการตลาด (Marketing)

ความหมายของตลาด (Market) คำว่า “ตลาด” มีความหมายต่าง ๆ คือ

ตลาด ตามความหมายแบบแคบ หมายถึง สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน เพื่อตกลงแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกันและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิทธิ์ความเป็นเจ้าของในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ด้วย

ตลาด ตามความหมายแบบกว้าง หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่มีความจำเป็นและความต้องการ (Needs and Wants) ในผลิตภัณฑ์ มีความเต็มใจ มีความสามารถในการแลกเปลี่ยน และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้รับความพอใจของตน

(<http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch1.htm>)

ตลาด ตามความหมายของบุคคลทั่วไป หมายถึง สถานที่ ที่เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสถานที่ที่ผู้ซื้อผู้ขายจะไปตกลงซื้อขายสินค้ากัน

ตลาด ตามความหมายของนักธุรกิจหรือนักการตลาด คือ บุคคล หน่วยงาน องค์กรที่มีความคิดที่จะซื้อสินค้า มีอำนาจซื้อและความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ

(<https://www.gotoknow.org/posts/260167>)

การตลาด(Marketing)

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดให้นิยามของคำว่า "การตลาด" ไวดังนี้

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา อ้างถึงใน พิบูล ที่ปะปาล, 2545 : 4 (The American Marketing Association : AMA, quoted in Kotler, 2000 : 8) กล่าวในปี ค.ศ.1985 สรุปไว้ว่าการตลาด คือกระบวนการวางแผนและการปฏิบัติตามแผนตามแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดขึ้น เช่น การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์อาจเป็นสินค้าหรือบริการ เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซึ่งจะทำให้วัตถุประสงค์ของบุคคลและองค์กรได้รับความพอใจ

คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler and Armstrong, 2004 : 5) กล่าวโดยสรุปไว้ว่าการตลาด คือ กระบวนการทางสังคม ในสิ่งที่ทำให้บุคคลและกลุ่มของบุคคล ได้รับในสิ่งที่จำเป็นและมีความต้องการ โดยการพึงพาอาศัยการสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์และสิ่งที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น การส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยทำให้ได้รับผลกำไร โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. การดึงดูดลูกค้าใหม่ โดยให้คำมั่นสัญญาว่าจะให้คุณค่าที่เหนือกว่า คู่แข่งขัน (to attach new customers by promising superior value)
2. การรักษาลูกค้าปัจจุบัน ด้วยการส่งมอบความพึงพอใจให้กับเขา (to keep current customers be deliver in satisfaction)

ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Peter Drucker, 1996) กล่าวโดยสรุปไว้ว่า การตลาด คือ หลักการพื้นฐานที่มีส่วนร่วมอยู่ในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานทางธุรกิจ จนไม่สามารถแยกออกจากขั้นตอนใด ๆ ได้ การตลาด จึงเป็นภาพรวมของกิจจากแนวคิดมุมมองของผลลัพธ์สุดท้ายคือ แนวคิด มุมมองของลูกค้า ความสำเร็จของธุรกิจนั้น จึงไม่ได้ถูกกำหนดโดยผู้ผลิต แต่ที่สำคัญคือ ลูกค้าเป็นผู้กำหนด

วารุณี ต้นติววงศาณิช และคณะ (2545 : 3) ได้ให้ความหมายการตลาดโดยสรุปไว้ว่าการตลาด หมายถึง กระบวนการทางสังคมและการจัดการ ที่มุ่งเสนอความจำเป็นและความต้องการให้กับบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ โดยอาศัยการสร้างสรรค์และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และคุณค่ากับผู้อื่น

พิชญ จงสถิตยวัฒนา (2544 : 3) ได้ให้ความหมายการตลาดโดยสรุปไว้ว่า การตลาด หมายถึง กระบวนการธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีบทบาทมาก นับตั้งแต่การสร้างสรรค์และการ

กระตุ้นเร้าความต้องการของผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดการหรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค บำบัดความต้องการพร้อมทั้งนำความพอใจสู่ผู้บริโภคและในขณะเดียวกันสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทผู้ผลิตด้วย (<http://www.vcharkarn.com/lesson/1634>)

การตลาด คือ กระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า การตลาดอาจถูกตีความว่าเป็นศิลปะแห่งการขายสินค้าในบางครั้ง แต่การขายนั้นเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการตลาด (<https://th.wikipedia.org/wiki>)

องค์ประกอบของการตลาด

1. จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การผลิตสินค้าและการให้บริการ จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค

2. จะต้องเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็น (need) และความต้องการ (want) ของมนุษย์หรือผู้บริโภค ในที่นี้ ความจำเป็น หมายถึง ความต้องการในปัจจุบันแห่งการดำรงชีวิตที่มนุษย์ขาดไม่ได้ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค ในขณะที่ ความต้องการ หมายถึง ระดับของความต้องการที่อยู่นอกเหนือความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น ความต้องการรับประทานหุหลาม ซึ่งถือเป็นอาหารที่อยู่นอกเหนือความจำเป็นด้านอาหารของมนุษย์ เป็นต้น

3. จะต้องมี การแลกเปลี่ยน ซึ่งการแลกเปลี่ยนในปัจจุบันได้ใช้มาตรฐานเงินตรา (money system) เป็นเครื่องมือในการประเมินมูลค่าของสินค้า หรือ บริการ (<http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch1.htm>)

ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์แต่ละคน สามารถประกอบอาชีพที่ตนเองถนัดและได้ใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลได้ อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตลาดมีบทบาทอย่างยิ่งต่อความเจริญเติบโตและการพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่ มาสนองความต้องการของตลาดและสังคมทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทางและผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงานและธุรกิจ ทำให้ประชาชนมีกำลังการซื้อและสามารถสนองความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้มาตรฐานการครองชีพของบุคคลในสังคมมีระดับสูงขึ้นและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความสำคัญของการตลาด มีดังนี้

1. เป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน การดำเนินการตลาดของธุรกิจจะทำให้ผู้ผลิตกับผู้บริโภคเข้ามาใกล้กันและสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคจนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนในระดับผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความพึงพอใจ การตลาดยังไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเท่านั้นแต่ยังเป็นเครื่องมือที่สร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้หรือซื้อซ้ำอีกเมื่อมีความต้องการ

2. เป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค การดำเนินการทางการตลาดทำให้ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค

ได้ด้วยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ สถานภาพของผู้บริโภคด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณ ในเวลา ในสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ ในราคา ที่ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อ และโอนความเป็นเจ้าของได้ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค นอกจากจะดำเนินการในหน้าที่ทางการตลาด ให้เกิดการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในเรื่องดังกล่าว สิ่งที่สำคัญจะต้องกระทำอีกประการหนึ่งก็คือ การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคในกิจกรรมดังกล่าว

3. เป็นตัวผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ด้วยแนวคิดของการตลาดในการมุ่งสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและรับผิดชอบต่อสังคม ผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคตลอดจนจูงใจผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอและการตลาด ระบบการตลาดเสรี ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในการสร้างความพึงพอใจและจูงใจผู้บริโภค จึงยังเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในตลาดเสรี

4. เป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจ ด้วยการก่อให้เกิดการบริโภคและการพึ่งพากันอย่างเป็นระบบมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจทั้งระบบ การสร้างความต้องการและการสนองความต้องการในการบริโภค ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจ คือเกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ เกิดการบริโภคและเกิดการใช้แรงงาน ซึ่งจะมีการพึ่งพากันและเชื่อมโยงไหลเวียนตามลำดับอย่างเป็นระบบ ผลจะทำให้การดำรงชีวิตของมนุษยชาติในสังคมอยู่ในระดับที่มีการกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่อย่างมีความสุขโดยทั่วกัน

จากความสำคัญของการตลาดที่กล่าวมาเบื้องต้นแล้วยังอาจจำแนกให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้นโดยพิจารณาจากการตลาดมีความสำคัญต่อสังคมและบุคคล ดังนี้

1. ยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของบุคคลในสังคมให้สูงขึ้น
2. ทำให้พฤติกรรม อุปนิสัย ความเชื่อ ค่านิยมและลักษณะการดำรงชีพของบุคคล ในสังคมเปลี่ยนไป
3. เกิดอาชีพต่าง ๆ แก่บุคคลในสังคมเพิ่มมากขึ้น

นอกจากความสำคัญต่อบุคคลและสังคมแล้ว การตลาดยังมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยตรง ดังนี้

1. ช่วยให้รายได้ประชากรสูงขึ้น
2. ทำให้เกิดการหมุนเวียนของปัจจัยการผลิต
3. ช่วยสร้างความต้องการในสินค้าและบริการ
4. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของเศรษฐกิจ
5. ให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ (<https://www.gotoknow.org/posts/260167>)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

คอตเลอร์, ฟิลลิป (Kotler and Armstrong, 2004 : 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความ

ต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4 Ps” อันได้แก่ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการขาย (promotion)

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่องเหล่านี้แล้วในฐานะนักการตลาดเราควรจะเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่าผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา ส่วนในเรื่องของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภคหีบห่อที่สะดุดตาอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อ ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

2. ราคา (price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อหรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่น ๆ สำหรับการตัดสินใจผู้บริโภคมักพิจารณารายละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคซึ่งมักจะติดตามด้วยการซื้อ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (placement-channel of distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่า สินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนอก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้านั้นมีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion-marketing communication) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหาได้และ

มันสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของคุณแข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ (2552 : 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดการใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009 : 616) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า(Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (competitive differentiation)

1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพการบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (new and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (product line)

2. ราคา (price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/ บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler, 2009 : 616) หรือ หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก product ราคาเป็นต้นทุน (cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือน

ความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อ (Etzel, walker and Stanton, 2007 : 677) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมประสานกัน Integrated marketing communication (IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ รายการ (Armstrong and Kotler, 2009 : 33) กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา (create strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (advertising tactics) (2) กลยุทธ์สื่อ (media strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton, 2007 : 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler, 2009 : 616) งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling strategy) (2) การบริหารหน่วยงานขาย (sales force management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong & Kotler, 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton, 2007 : 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (consumer promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (sales force promotion)

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (publicity and public relations) มีความหมายดังนี้ (1) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้า หรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ (2) ประชาสัมพันธ์ (public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton, 2007 : 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.5 การตลาดทางตรง (direct marketing หรือ direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (direct response advertising) และการตลาดเชื่อมโยง

ตรงหรือการโฆษณาเชื่อมต่อตรง (online advertising) มีความหมายต่างกัันดังนี้ (1) การตลาดทางตรง (direct Marketing หรือ direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก (2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา (3) การตลาดเชื่อมต่อตรงหรือการโฆษณาเชื่อมต่อตรง (online advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic marketing หรือ e-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริมและขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวัง ผลกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

4. การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถานที่ นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler & Keller, 2009 : 787) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมและใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (physical distribution หรือ market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตและสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller, 2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (ดวงใจ ธรรมนิทานนท์, 2557 : 18-22)

สรุป การตลาด หมายถึง กระบวนการทางสังคมและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยการวางแผน และปฏิบัติตามแผนที่มีความสำคัญและเป็นเครื่องมือทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสินค้าและการให้บริการไปสู่ผู้บริโภค

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ดึงความสนใจของผู้บริโภคได้คือ เรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้นหากผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลัก ที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า แต่ในปัจจุบันจะพบว่ายังมีอีกสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ คือ เรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มน่าจะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือ ตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือ บริการหลัก ดังนั้น ธุรกิจในปัจจุบันจะเห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553 : 87-88 อ้างถึงในปีพมา เลหาสินณรงค์, 2555 : 40)

ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation)

การสร้างมูลค่าเพิ่มได้มีการให้นิยามไว้ในหลาย ๆ ด้าน ดังต่อไปนี้

การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ สิ่งที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (customer value) โดยมีขั้นตอนการผลิตหรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว การสร้างมูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ต่อไป (ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง, 2558 : 23)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 83) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น

Louis (อ้างถึงใน ดนัย จันทรฉาย, 2547 : 239) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์

ทั้งนี้ในความหมายด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุดและเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ (Nilson, 1992) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มที่เป็นการเพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้องและเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Chematomy & Harris, 1998 อ้างถึงในปีพมา เลหาสินณรงค์, 2555 : 41)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (customer value) โดยมีขั้นตอนการผลิตหรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป (ปีพมา เลหาสินณรงค์, 2555 : 41)

ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (ฟินพีสนีย์ พรหมศิริ, 2547 : 20 อ้างถึงใน ปัทมา เลหา สนิณรงค์, 2555 : 41) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ

2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้

3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Adder Creation)

ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลัก จะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้น ธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 45) เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่ง ในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ นั่นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547 : 79) การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 46 อ้างถึงใน ปัทมา เลหา สนิณรงค์, 2555 : 42-43) ได้แก่

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (product value)
2. คุณค่าด้านบริการ (service value)
3. คุณค่าด้านบุคลากร (personnel value)
4. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (image value)

ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (product value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1.1 ประโยชน์หลัก เช่น รถยนต์ เป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น

1.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย คุณภาพและสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่ง รูปแบบ ความหรูหรา ความทันสมัย ตราสินค้า ความมีชื่อเสียงมายาวนานและเป็นที่ยอมรับ

2. คุณค่าด้านบริการ (service value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการให้บริการ (service quality) ดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญและความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและวิจารณ์ญาณ

2.5 ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understand Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. คุณค่าด้านบุคลากร (personnel value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของพนักงาน ดังนี้

3.1 ความสามารถ (competence) พนักงานต้องอาศัยความชำนาญและมีความรู้

3.2 ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง

3.3 ความเชื่อถือได้ (credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ

3.4 ความไว้วางใจได้ (reliability) พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความสม่ำเสมอและถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า

3.5 การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) จะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าต้องการ

3.6 การติดต่อสื่อสาร (communication) พนักงานต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

4. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (image value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างคุณค่า

การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง นั่นคือการดึงดูดด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขัน เติบโตและอยู่รอดในตลาดได้

1. การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539 : 204 อ้างถึงในปีพมา เลหาสินณรงค์, 2555 : 44-45) กล่าวถึง การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ดังนี้

1.1 กำหนดโมเดลของลูกค้า (defining the customer value model) ในขั้นนี้เริ่มต้นด้วยการที่บริษัทจะระบุปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้า

1.2 กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายตาลูกค้า (building the customer value hierarchy) ในกรณีนี้แต่ละปัจจัยจะแยกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน ดังนี้

1.2.1 ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (basic product)

1.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (expected product)

1.2.3 ผลิตภัณฑ์ที่ปรารถนา (desired product)

1.2.4 ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ (unanticipated product)

1.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประกอบในคุณค่าทั้งหมดที่จะจัดให้สำหรับลูกค้า (deciding on the customer value package) เป็นการตัดสินใจเลือกส่วนประกอบต่าง ๆ เพื่อเอาชนะคู่แข่งและสามารถตอบสนองความพึงพอใจและสร้างความภักดีจากลูกค้า

2. คุณค่าในใจผู้บริโภค (insigh value) แนวคิดในการสร้างคุณค่าเป็นการมองในทัศนะของผู้บริโภค โดยค้นหาความต้องการที่ลึกอยู่ในใจของผู้บริโภค (วิไลดา เตชะเวช, 2547 : 28) ได้กล่าวถึง ความเข้าใจเรื่องคุณค่าในความต้องการและในใจผู้บริโภค ว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ปัจจัยเพิ่มคุณค่า (value enhancers) ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีบริษัทใดนำเสนอในตลาดมาก่อน เช่น ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ เป็นจุดขายที่ลูกค้าสนใจ บริษัทที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าจะสามารถสร้างขยายส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีจุดขายที่มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันเหนือคู่แข่ง

2.2 ปัจจัยรักษาคุณค่า (value maintainers) จะทำหน้าที่รักษาคุณค่าให้คงอยู่ในใจของลูกค้าต่อไป ซึ่งจะทำงานควบคู่กับปัจจัยเพิ่มคุณค่าจนพัฒนากลายเป็นปัจจัยเพิ่มคุณค่าในที่สุด

2.3 ปัจจัยที่ทำลายคุณค่า (value destroyers) การลดคุณค่าในความรู้สึก ในสายตา หรือในใจของลูกค้า ซึ่งเป็นจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านภาพพจน์และตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องเร่งแก้ไข

3. การสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค (value Creation) กลยุทธ์การตลาดในการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบันเป็นการบริหารทรัพยากรที่มีคุณค่าของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและเกิดคุณค่าในใจผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดในการสร้างคุณค่าที่สำคัญ (วิไลดา เตชะเวช, 2547 : 30) ประกอบด้วย

3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติดีขึ้น หรือ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

3.2 กลยุทธ์ตราสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบัน ผู้บริโภคจะเชื่อมความคิดตัวผลิตภัณฑ์ คุณภาพ กับตราสินค้า สัญลักษณ์ ภาพพจน์และความรู้สึกในใจผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีและมีคุณค่าในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในปัจจุบันนี้

3.3 กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคเช่นกัน โดยที่ราคามีความสัมพันธ์สูงกับคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือ บริการในใจผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงควรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและคุณค่าสูงด้วยเช่นกัน

โอกาสในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม

หลักในการพิจารณาหาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากโอกาสต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. การเพิ่มคุณค่า จะต้องพิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลักโดยต้องศึกษาหาความเข้าใจว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือ บริการนั้น ๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ ความรู้สึก ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใดเพื่อการดำรงชีวิต เมื่อศึกษาข้อมูลครบถ้วนจนเข้าใจผู้บริโภค จึงจะพิจารณาโอกาสต่าง ๆ ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2. การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ แนวคิด (concept) เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ (knowledge) ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) และความคิดเชิงกลยุทธ์ (strategic thinking) ในการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น

3. การพิจารณาวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่น และเป็นคุณค่า

4. การพิจารณาวิถีกระบวนการผลิต หรือ วิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

5. การพิจารณาบรรจุภัณฑ์ หรือ การนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจจะสร้าง มูลค่าเพิ่ม ในเรื่องของความสะดวก การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือ ความสวยงาม

6. การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้บริการข้อมูลเพิ่มเติม หรือ การรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น

7. การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้องดำเนินการควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ในภาพรวม เป็นการนำมูลค่าเพิ่ม มาแปลงเป็น คุณค่า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้

8. การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึง ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก (ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง, 2558 : 21-22)

สรุป การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค สูงสุด โดยมีขั้นตอนการผลิต หรือ บริการที่ดีกว่าทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้าน บุคลากรและด้านภาพลักษณ์ ซึ่งมูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือ บริการหลัก

2.7 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนครนายก

ลักษณะที่ตั้ง

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นครั้งล่าสุดโดย พระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครนายก พุทธศักราช 2489 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2489 ด้านอนุตุนิยมวิทยาจัดอยู่ใน ภาคตะวันออก ตั้งอยู่ที่ละติจูดที่ 14 องศาเหนือ และลองติจูดที่ 101 องศาตะวันออก มีระยะทางจาก กรุงเทพมหานครตามถนนรังสิต-นครนายก (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305) ผ่านอำเภอ องครักษ์ถึงจังหวัดนครนายก ระยะทาง 105 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 1,326,250 ไร่

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่ได้ชื่อว่า “นครนายก มรดกธรรมชาติ” สภาพโดยทั่วไปเป็นที่ราบ ทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูงชันในเขตอำเภอบ้านนา อำเภอเมืองนครนายก และ อำเภอปากพลี ส่วนหนึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นเขตรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมาและปราจีนบุรี ซึ่งมีเทือกเขาติดต่อกับทิวเขาตองพญาเย็น มียอดเขาสูงที่สุดของจังหวัด คือ ยอดเขาเขียวมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,351 เมตร ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้ เป็นที่ราบอันกว้างใหญ่ เป็นส่วนหนึ่งของที่ราบสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรียกว่า “ที่ราบ กรุงเทพฯ” ลักษณะดินเป็นดินปนทรายและดินเหนียวเหมาะแก่การ ทำนา ทำสวนผลไม้ และการอยู่อาศัย

สภาพภูมิอากาศ

นครนายกมีสภาพอากาศที่แห้งแล้งและชุ่มชื้นสลับกันอย่างเห็นได้ชัด มีฤดูที่แตกต่าง 3 ฤดู คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนตุลาคม ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือน กุมภาพันธ์ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปีประมาณ 27-28 องศาเซลเซียส (83-85 องศาฟาเรนไฮต์)

ประวัติจังหวัดนครนายก

นครนายก สันนิษฐานว่าเคยเป็นเมืองโบราณสมัยทวารวดี หลักฐาน คือแนวกำแพงเนินดิน และสันคูเมืองที่ตำบลดงละคร แต่ชื่อ “นครนายก” นั้น ปรากฏหลักฐานในสมัยอยุธยาว่าเป็นเมืองหน้าด่านทางทิศตะวันออก สมัยพระเจ้าอู่ทอง ในพ.ศ. 2437 รัชกาลที่ 5 ทรงจัดลักษณะการปกครอง

เป็นมณฑลนครนายกได้เข้าไปอยู่ในเขตมณฑลปราจีนบุรี จนกระทั่ง พ.ศ. 2445 ทรงเลิกธรรมเนียมการมีเจ้าครองเมือง ให้มีตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัด ขึ้นแทน และในช่วง พ.ศ. 2486-2489 ได้โอนนครนายกไปรวมกับจังหวัด ปราจีนบุรีและสระบุรี หลังจากนั้นจึงแยกเป็น จังหวัดนครนายก

นครนายก เดิมชื่อว่า “บ้านนา” เล่ากันว่าในสมัยกรุงศรีอยุธยา ดินแดนของนครนายกเป็นป่ารกชัฏเป็นที่ดอน ทำนาหรือเพาะปลูกอะไรไม่ค่อยได้ผลและมีไข้ป่าชุกชุม ผู้คนจึงอพยพไปอยู่ที่อื่น จนที่นี้กลายเป็นเมืองร้าง ต่อมาพระมหากษัตริย์ทรงทราบความเดือดร้อนของชาวเมืองจึงโปรดเกล้าฯ ให้เลิกภาษีนาเพื่อจูงใจชาวเมืองให้อยู่ที่เดิมทำให้มีผู้คนอพยพมาอยู่เพิ่มมากขึ้น จนเป็นชุมชนใหญ่ และเรียกเมืองนี้กันติดปากว่า “เมืองนายก”

หน่วยการปกครอง

การปกครองแบ่งออกเป็น 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนาและอำเภอองครักษ์

คำขวัญประจำจังหวัด

นครนายก เมืองในฝันที่ใกล้กรุง ภูเขางาม น้ำตกสวย รวยธรรมชาติ ปราศจากมลพิษ
ตราประจำจังหวัด

รูปช้างชูรวงข้าว

ต้นไม้ประจำจังหวัด

ต้นสุพรรณิการ์ (*Cochlospermum religiosum*)

ดอกไม้ประจำจังหวัด

ดอกสุพรรณิการ์

สัตว์น้ำประจำจังหวัด

ปลาตะเพียนทอง (*Barbonymus altus*) (<http://clonedbabies.com>)

จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งกำเนิดมะพร้าหวานและมะยงชิดสายพันธุ์ใหม่ซึ่งเป็นพันธุ์ที่มีผลขนาดใหญ่ หลายสายพันธุ์ เช่น พันธุ์ทองใหญ่ พันธุ์พวงทองและพันธุ์ทูลเกล้า ฯลฯ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เหมาะสมต่อการปลูกมะพร้าหวาน มะยงชิด ผลมะพร้าหวาน มะยงชิดมีรสชาติหวานอร่อย สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่จังหวัดเป็นอย่างมาก ปี 2546 จังหวัดนครนายกมีพื้นที่เพาะปลูกมะพร้าหวาน มะยงชิด 3,000 ไร่พื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ในปี 2550 พื้นที่ปลูก 5,522 ไร่ พื้นที่ให้ผล 4,272 ไร่ ผลผลิตรวม 3,179 ตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2553)

มะพร้าหวาน มะยงชิด เป็นไม้ผลเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครนายก เป็นไม้ผลที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวมีรสชาติ สีสัน สวยงาม เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้มะยงชิดเป็นของฝาก ของที่ระลึก เนื่องจากผลผลิตมีราคาค่อนข้างสูงประมาณกิโลกรัมละ 200 บาท (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครนายก. 2552) สัมกับคำโฆษณาของจังหวัดที่ว่า

“มะยงชิด มะพร้าหวาน ส้มโอหวาน กระท้อนยักษ์ ของดีเมืองนครนายก”

นครนายกมีผลไม้ขึ้นชื่อมากมาย เวียนออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี โดยเฉพาะ มะยงชิด มะพร้าหวาน เป็นผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัดที่สร้างรายได้ให้เกษตรกรเป็นอย่างมากในแต่ละปี ทุกๆ ปีจะมีการจัดงานเทศกาลมะพร้าหวาน มะยงชิด จ.นครนายก ประมาณช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ในช่วงเดือนมิถุนายน จะเป็นเทศกาลของ “กระท้อนยักษ์” เป็นอีกผลิตผลเด่นของจังหวัดนี้ ถัดมาอีกเพียง 2

เดือน คือช่วงเดือนสิงหาคม จะเป็นช่วงฤดูกาลของ “ส้มโอหวาน” ซึ่งนครนายกเป็นจังหวัดที่ปลูกส้มโอเป็นไม้ผลเศรษฐกิจหลัก มีหลายหลากพันธุ์ด้วยกัน เช่น พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง พันธุ์ขาวทองดีและพันธุ์ขาวใหญ่ โดยเฉพาะพันธุ์ขาวน้ำผึ้งจะมีรสชาติหวานกลมกล่อมและมีเนื้อกึ่งสีน้ำตาลรับประทาน โดยทางจังหวัดจะจัดงานหน้าศาลากลางจังหวัด ในทุกฤดูกาลของผลไม้ นั่น ๆ เป็นประจำทุกปี

(<http://www.busbuddythailand.com/smf/index.php?topic>)

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเกษตรแล้วจังหวัดนครนายกยังเป็นเมืองที่มีผลงานจากหัตถกรรมท้องถิ่นทำด้วยฝีมือของชุมชนต่าง ๆ กระจายอยู่ตามหมู่บ้านต่าง ๆ ของจังหวัด เช่น ผลิตภัณฑ์จากลวดประดิษฐ์ทำมือเป็นการนำลวดมาดัดตามรูปแบบความคิดและการออกแบบเป็นสิ่งของเครื่องใช้รูปทรงต่าง ๆ มีทั้งกรอบรูป โคมไฟและเครื่องประดับ สีเส้นสวยงาม แหล่งผลิตอยู่ที่กลุ่มแม่บ้าน 100 ความคิด ไกล่แก่งสามชั้น ต.สาริกา อ.เมือง ผลิตภัณฑ์จากไม้มะม่วงนำมาแกะสลัก เป็นเครื่องเรือนแบบต่าง ๆ เช่น แจกัน เชิงเทียน ชาม ถาด เป็นต้น แหล่งผลิตอยู่ที่ ต.ทรายมูล อ.องครักษ์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ ทำจากเหง้าไม้ไผ่นำมาแกะสลักเป็นรูปหน้าคน นอกจากนี้ยังทำเป็น รูปเรือใบ นกยูง มีขายบริเวณน้ำตกสาริกา น้ำตกนางรองและวังตะไคร้ มีแหล่งผลิตอยู่ที่ ต.สาริกา อ.เมือง ไม้กวาด ไม้กวาดทำด้วยหญ้าพางช้าง ดำทำด้วยไม้โมกและไม้ไผ่หิน มีแหล่งผลิตอยู่ที่ ต.สาริกา อ.เมือง ต.นาหินลาด ต.โคกกรวด ต.หนองแสง อ.ปากพลี ผ้าทอมือพื้นเมือง ทอเป็นลวดลายต่าง ๆ มีสีเส้นสวยงามมีแหล่งผลิตและจำหน่ายอยู่ที่วัดฝั่งคลอง ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี พรหมทอจากเศษผ้า เป็นพรหมเช็ดเท้า พรหมปูที่นอนมีหลายขนาดมีแหล่งผลิตอยู่ที่ ต.เขาเพิ่ม อ.บ้านนา ผลิตภัณฑ์หินอ่อน สินค้าที่ผลิต ได้แก่ แจกัน กาน้ำ นาฬิกา กำไล โคมไฟ ป้ายชื่อ เป็นต้น แหล่งผลิตอยู่ใกล้โรงพยาบาลนครนายก อ.เมือง และที่ทางแยกเข้าโรงเรียนนายร้อย จปร. ผลิตภัณฑ์ประเภทขนม ได้แก่ ขนมเปี๊ยะแต่ดั้งเดิม แหล่งผลิตอยู่ที่ตลาดบ้านนา อำเภอบ้านนา กล้วยฉาบ มันฉาบ ผีอกฉาบมีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลสาริกา อำเภอมือง ผลไม้แช่อิ่ม ได้แก่ มะเฟือง มะดัน มะขาม มะม่วง กระท้อน มะนาว มะกรูด โดยใช้ผลไม้ที่เก็บได้ในฤดู จากสวนของสมาชิกในกลุ่ม ที่แบ่งส่วนหนึ่งขายสดและนำมาแปรรูปส่วนหนึ่ง แต่ละฤดูกาลผลผลิต จะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป แหล่งผลิตที่กลุ่มแม่บ้านบ้านดงโชคดี บ้านดง ตำบลสาริกา อำเภอมือง ไข่เค็มสูตรใบเตยหอม แหล่งผลิตและจำหน่ายอยู่ที่วัดฝั่งคลอง ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี

(<http://www.tat8.com/cms/index.php/nakhonnayok/>) นอกจากผลิตภัณฑ์พื้นบ้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วยังมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายและเครื่องหอมที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดนครนายก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรปรับกลิ่นอากาศนางยุพิน คังคายะ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผสมน้ำมันข้าวและผลิตภัณฑ์บำรุงหน้าผสมไหมทองคำ สบู่ก้อนลิเซอรินผสมน้ำผึ้ง นางวิวรรธร ตระกูลสุนทร ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผสมมะเฟืองและน้ำผึ้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรบ้านวังยายฉิม สบู่ก้อนลิเซอรินผสมฟักข้าว นางอัมพร จิรามานนท์ สบู่ก้อนลิเซอรินผสมว่านหางจระเข้ นางสาวกรรณิการ์ ศรีวิจารณ์ แชมพูผสมใบย่านาง ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมผสมใบย่านาง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบ้านวังยายฉิม น้ำมันสำหรับสปากลิ่นลาเวนเดอร์ กลิ่นตะไคร้หอม กลิ่นไพล กลิ่นดอกโมกและกลิ่นซีตรัส-ตะไคร้ นายปรเมศวร์ พิณจันทร์

หมู่บ้านพรหมเพชร เป็นหมู่บ้านหนึ่งที่อยู่ในตำบลโคกกรวด อำเภopakพลี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดนครนายกประมาณ 16 กิโลเมตร มีครัวเรือนทั้งหมด 189 ครัวเรือน ราษฎรส่วนใหญ่ประกอบ

อาชีพ เกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำสวนผลไม้เล็กน้อย รับราชการเล็กน้อยและรับจ้างทั่วไป ผลผลิตของชุมชน คือ ไม้กวาดดอกหญ้า แต่ปัจจุบันทำกันน้อยลงมาก เนื่องจากปัญหาของพ่อค้าคนกลางไม่ส่งดอกไม้กวาดให้ชาวบ้านทำ จึงเกิดปัญหาการว่างงาน เป็นเหตุให้ครอบครัวที่อ่อนแอขาดโอกาสในการส่งเสริมให้คนในครอบครัวมีอาชีพที่ยั่งยืนทำให้พึ่งพาตนเองไม่ได้

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จอมขวัญ สุวรรณรักษ์และอุดมเดชา พลเยี่ยม (2555) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสบู่สำหรับใช้ในงานแกะสลักแทนผักและผลไม้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานหัตถกรรมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาหาสูตรของสบู่ที่เหมาะสมในการนำไปใช้ในการแกะสลักและศึกษาความพึงพอใจของนักแกะสลักต่อสบู่แต่ละชนิดที่พัฒนาโดยได้ทำการศึกษาค้นคว้าสูตรพื้นฐานของสบู่ 3 สูตร ได้แก่ สูตรน้ำมันมะกอก (สูตรที่ 1 ; น้ำมันมะกอก 500 มิลลิลิตร โซเดียมไฮดรอกไซด์ 60 กรัม และน้ำ 140 มิลลิลิตร) สูตรน้ำมันมะพร้าว (สูตรที่ 2 ; น้ำมันมะพร้าว 200 มิลลิลิตร โซเดียมไฮดรอกไซด์ 34 กรัม และน้ำ 80 ลิตร) และสูตรกลีเซอรินแข็ง (สูตรที่ 3 ; กลีเซอรินแข็ง 200 กรัม และโซเดียมไฮดรอกไซด์ 5 กรัม) พบว่า สูตรพื้นฐานของสบู่สูตรที่ 3 ได้รับคะแนนความพึงพอใจของนักแกะสลักมากที่สุดและเมื่อทำการทดลองหาสภาวะที่เหมาะสมสำหรับการทำสบู่แกะสลักทั้ง 3 สูตร โดยแปรอุณหภูมิในการผลิตอยู่ในช่วง 40-60 องศาเซลเซียส พบว่า สภาวะที่เหมาะสมสำหรับการผลิตสบู่ทั้ง 3 สูตร คือการใช้ อุณหภูมิ 45 องศาเซลเซียส ในการผลิตโดยสบู่สูตรที่ 3 ได้รับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} 4.21-4.53) โดยสบู่แกะสลักมีลักษณะทั่วไป ประณีต สวยงามมีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนที่เหมาะสม ไม่แตก หรือ ร้าว ไม่มีรา ไม่ปรากฏกลิ่นเป็นขุย หรือ รอยมีดให้เห็นอย่างชัดเจนทำให้ชิ้นงานขาดความสวยงาม เมื่อศึกษาความพึงพอใจของนักแกะสลัก 52 คน ที่มีต่อสบู่ทั่วไปและสบู่ที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในงานแกะสลักแทนผักและผลไม้ โดยใช้แบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ นักแกะสลักมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสบู่ด้านความนิ่มของสบู่ ความเหนียวของสบู่ และกลิ่นของสบู่สองชนิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แต่มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสบู่ความแข็ง/กระด้างของสบู่ ความลื่นของสบู่ สีของสบู่ คุณสมบัติของสบู่ต่อการระบายสีและคุณภาพโดยรวมของสบู่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) และรูปแบบของสบู่ที่เหมาะสมในการนำมาแกะสลักมากที่สุดคือ แบบกลม รองลงมาคือแบบสี่เหลี่ยม แบบรีและแบบรูปหัวใจตามลำดับ

อัมพวรรณ แสตรัมย์ (2552) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่แกะสลักกลิ่นสมุนไพรจากเศษสบู่เหลือใช้เพื่อเป็นสินค้า OTOP ชุมชนตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาสูตรและเทคนิควิธีการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่แกะสลักกลิ่นสมุนไพรจากเศษสบู่เหลือใช้ในครัวเรือนโดยประยุกต์ใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า สบู่สูตรที่พัฒนาทั้ง 5 สูตร ผู้เชี่ยวชาญเลือกสูตร C (สัดส่วนเนื้อสบู่ 30 : น้ำ 70) เป็นสูตรที่เหมาะสมที่สุด ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์สบู่แกะสลัก กลิ่นสมุนไพรจากเศษสบู่เหลือใช้ในด้านความสนใจ ร้อยละ 99 เมื่อเห็นครั้งแรกร้อยละ 98 เศษสบู่ที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมร้อยละ 98 กลิ่นของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมร้อยละ 97 และผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการนำไปตกแต่งเป็นของขวัญของที่ระลึกร้อยละ 97

วิมลวรรณ กาญจนวนิชกุล (2548) ทำการวิจัยตำรับสบู่ใสจากตำรับสบู่ธรรมชาติ โดยการเตรียมสบู่จากธรรมชาติ 3 สูตร จากน้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำมันรำข้าวและน้ำมันละหุ่ง ด้วยสัดส่วนและชนิดของน้ำมันที่เหมาะสม จากนั้นนำการทดสอบคุณสมบัติของสบู่ธรรมชาติทั้ง 3 ตำรับเพื่อหาตำรับที่ดีที่สุด พบว่า ตำรับสบู่ ธรรมชาติที่ประกอบด้วยน้ำมันปาล์ม 50.5 % น้ำมันมะพร้าว 30.0 % และน้ำมันละหุ่ง 19.5 % เป็นตำรับที่ดีที่สุด จากนั้นนำตำรับที่ดีที่สุดไปพัฒนาสบู่ใส ในการทำสบู่ใสมีการเติมกลีเซอริน เอทานอลและน้ำตาลทรายเพื่อให้เนื้อสบู่มีความใส แต่ในการทดลองนี้ได้นำน้ำตาลธรรมชาติต่าง ๆ มาแทนที่น้ำตาลทรายในการผลิตสบู่ใส พบว่า ตำรับสบู่ใสที่ดีที่สุด คือ ตำรับสบู่ใสที่มีน้ำตาลโตนด รองลงมา คือน้ำผึ้ง น้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลทรายตามลำดับ จากนั้นนำตำรับที่ดีที่สุดไปประเมินความพึงพอใจ พบว่า ในด้านความใส สี ปริมาณฟอง การชำระล้างผิว สะอาด การชำระล้างออกได้ง่าย ความแข็งของก้อนสบู่ กลิ่น ความชุ่มชื้นของผิวหลังใช้และความเหมาะสมกับคนผิวแห้ง ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาลโตนดและน้ำผึ้งเป็นส่วนประกอบที่มีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ด้านความลื่น ความเหมาะสมกับคนผิวมันและคุณสมบัติสบู่ใสโดยรวม ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมพงษ์ เจษฎาธรรมสถิต และคณะ (2542) ได้ศึกษากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าว พบว่า การออกแบบและสร้างเครื่องต้นแบบเครื่องสกัดน้ำมันมะพร้าว โดยใช้หลักการสกัดโดยวิธีทางกล (mechanical extraction) และ Paddle Extractor เป็นพื้นฐานหลักการพัฒนาเครื่องสกัดน้ำมันมะพร้าว ต้นแบบมีส่วนประกอบและระบบการทำงานประกอบด้วย กะบะร์วัตถุติบ ระบบสกัดน้ำมันแบบครีปตี ที่ยึดติดกับแกนเพลลา วางเอียงทำมุม 17 องศา ที่หมุนตีแยกน้ำออกโดยตะแกรงเจาะรู ส่วนเนื้อหยาบเปลือกและเมล็ดจะถูกลำเลียงออกไปสู่ช่องทางออก ต้นกำลังเครื่องใช้มอเตอร์ไฟฟ้า 220 โวลท์ ขนาด 1.5 แรงม้า และทดรอบให้มีความเร็วรอบเป็น 725 รอบต่อนาที จากการทดสอบ พบว่า มีความสามารถในการทำงานที่อัตราป้อน 1,500 กิโลกรัมต่อชั่วโมง ได้น้ำมันมะพร้าวพร้อมกากส่วนเนื้อและเปลือกละเอียด เปลือกหยาบและเมล็ด และการสูญหายคิดเป็นร้อยละ 47.96, 50.20 และ 1.84 ตามลำดับ และพบว่ามีเมล็ดแตกละเอียด นำน้ำมันมะพร้าวที่สกัดได้ไปแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวเข้มข้น ทำการพัฒนาสูตรได้สูตรที่เหมาะสม คือ อัตราส่วนผสมของน้ำมันมะพร้าวต่อน้ำเชื่อมเป็น 1:1 ซึ่งผลการทดสอบโดยประสาทสัมผัสต่อลักษณะต่าง ๆ เมื่อแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวเข้มข้น พบว่าเป็นที่ยอมรับจากผู้ชิม ซึ่งคะแนนรวมเฉลี่ยต่อลักษณะต่าง ๆ มีแนวโน้มไปทางระดับชอบมาก โดยได้รับคะแนนคุณลักษณะ ต่าง ๆ คือ ลักษณะปรากฏ สี ความหวาน ความเปรี้ยว ความเค็ม กลิ่น รสมะพร้าว และความชอบโดยรวมเป็น 6.903, 7.194, 7.0, 7.355, 6.29, 6.742 และ 7.774 จากคะแนนเต็ม 10 ตามลำดับ ผลจากการพัฒนากระบวนการผลิต พบว่า ควรใช้อุณหภูมิและเวลาในการผลิตเป็น 90 องศาเซลเซียส และ 10 นาที โดยต้นทุนในการสร้างเครื่องสกัดน้ำมันมะพร้าวจะมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 45,000 บาท และ ณ จุดคุ้มทุนในการผลิตที่ปริมาณมะพร้าวสด 10,500 กิโลกรัม จะพบว่า ต้นทุนการผลิตต่อขวดคิดเป็น 30 บาท

พนารัช ปรีดากรณ์ (2549) ทำวิจัยเรื่อง การประเมินผลความสำเร็จเชิงผลลัพธ์และเป้าหมายสูงสุดของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ภาคกลาง ครั้งนี้ ใช้วิธีการประเมินผลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถาม 400 ชุด กระจายเป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในแต่ละจังหวัดและสัมภาษณ์ระดับลึกกับผู้นำกลุ่ม

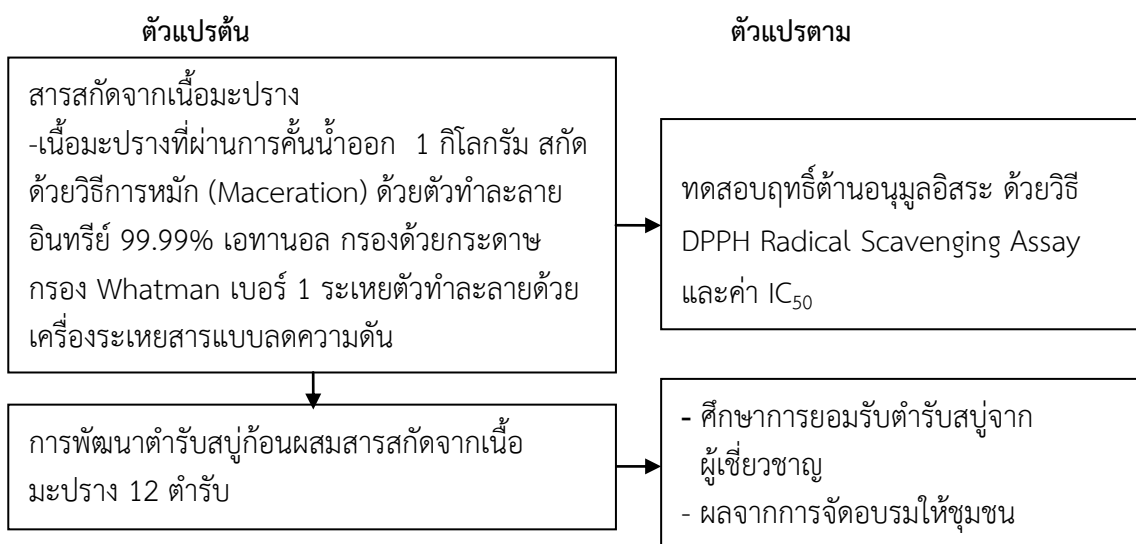
ผลิตภัณฑ์ฯ การศึกษา พบว่า ผลที่ผู้เข้าร่วมโครงการ ฯ ได้รับเป็นไปตามผลลัพธ์และเป้าหมายสูงสุดของโครงการ ฯ ในระดับปานกลาง-มาก ซึ่งเป็นผลในระยะสั้น โดยโครงการ ฯ มีส่วนช่วยให้รายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง-มาก (78.5%) และช่วยให้เกิดความพึงพอใจต่อการดำรงชีวิตในระดับปานกลาง-มาก (78.7%) ในการประเมินผลการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม พบว่า โครงการ ฯ สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่ชุมชนในมิติทางการเมืองและวัฒนธรรมมากกว่าในมิติทางเศรษฐกิจ ผลการประเมินด้านคุณภาพชีวิตในชุมชนและความยั่งยืนของชุมชนอยู่ในระดับมาก ส่วนทางด้านความสมดุลของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกพบว่า โครงการ ฯ ไม่ได้จัดขึ้นตามปัญหาและความต้องการและมีลักษณะซ้ำซ้อนและมีได้จัดจำแนกประเภทโครงการ ฯ ตามเป้าหมายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ผลที่เกิดไม่กระจายตัว โครงการ ฯ ช่วยได้มากเฉพาะในเรื่องการขยายตลาด ผลด้านเศรษฐกิจได้ผลชัดเจนเฉพาะระยะสั้น ส่วนผลทางสังคมได้ผลมากเฉพาะในระยะแรก เงื่อนไขสำคัญที่ทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประสบผลสำเร็จ คือ การพัฒนาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของกลุ่ม OTOP ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สำคัญจากการศึกษา ได้แก่ รัฐควรสร้างระบบการประเมินผลและติดตามโครงการ ฯ ที่เหมาะสม มีการวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนเพื่อจัดโครงการ ฯ ที่สอดคล้องกับปัญหาและเงื่อนไขของกลุ่มผลิตภัณฑ์ โครงการ ฯ ควรมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้และให้ความรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดทำฐานข้อมูลการเข้าร่วมโครงการ ฯ เพื่อให้การคัดสรรผู้เข้าร่วมโครงการ ฯ เกิดประโยชน์มากที่สุดและกระจายโอกาสการเข้าร่วมโครงการ ฯ ได้อย่างทั่วถึง จัดสรรงบประมาณในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยจัดกลุ่มที่มีนัยสำคัญต่อการส่งเสริมที่แตกต่าง เพื่อให้เกิดความสมดุลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน

สุพิศพรรณ วัจนเทพินทร์และชุตีระ ระบอบ (2555) โครงการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป OTOP เพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ในอันที่จะเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพรวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ OTOP หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จากการพัฒนาสินค้าที่ต่อเนื่องครบวงจร โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้ ประชากร คือ กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP เป้าหมายจำนวน 15 กลุ่ม ตามการคัดสรรของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก ขั้นตอนการวิจัย ได้แก่ การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การนำผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเข้ารับการตรวจสอบคุณภาพ การสำรวจแหล่งผลิตสินค้าของชุมชนเปรียบเทียบกับเกณฑ์ GMP และการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป OTOP จังหวัดนครนายก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินผลการฝึกอบรม แบบสำรวจ แบบตรวจสอบรายการ และแบบสัมภาษณ์ผลการวิจัย พบว่า ในด้านระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการ OTOP ก่อนและหลังการฝึกอบรม ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ระดับความรู้ที่ได้รับก่อนการฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.71 แต่เมื่อได้รับการฝึกอบรมแล้วมีความรู้เพิ่มขึ้นในระดับมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.68 แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เมื่อสรุปภาพรวมระดับความ

พึงพอใจของผู้เข้ารับการศึกษาฝึกอบรมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 จากผลการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากห้องปฏิบัติการปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดผ่านการตรวจสอบ ในด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ OTOP จากผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดแข็งที่สำคัญ ได้แก่ ประการแรก การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้น ประการที่สอง จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งพืชผลทางการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ทำให้มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพสำหรับการแปรรูป หรือ ถนอมอาหาร ประการที่สาม ชุมชนแต่ละกลุ่มได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานของทางราชการทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิต การจัดการธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างช่องทางการตลาด สำหรับจุดอ่อนก็คือ ประการแรก ขาดการเสริมสร้างแนวความคิดในเชิงธุรกิจให้กับชุมชน หรือ ผู้นำชุมชน หลายชุมชนที่ยังมีจุดอ่อนไม่สามารถพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาดประการที่สอง ชุมชนยังขาดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี หรือ การใช้ความรู้ทางเทคนิคที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิต รวมทั้งการสร้างนวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์ยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด

กริธากร แสงสกุล (2555) ทำวิจัยเรื่อง หัตถกรรมดินไทย : กรณีศึกษางานหัตถกรรมดินไทย OTOP ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม นนทบุรีและกรุงเทพมหานคร พบว่า กระบวนการขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบทั้ง 3 แหล่ง มีลักษณะที่เหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ คือ ใช้วัตถุดิบจากดินขาวเป็นหลัก และสารให้ความเหนียว คือ กาว สารกันเสียและแต่งกลิ่น คือ หวาน้ำหอม ส่วนผสมบางอย่างของแต่ละกลุ่มจะมีเทคนิคการผลิตวัตถุดิบที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับการผลิตรูปแบบของแต่ละแหล่งที่ไม่เหมือนกัน โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ของนายสุรินทร์ ยศรุ่งเรือง จะมีความโดดเด่นในการผลิตหัตถกรรมดินไทยประเภทพวงมาลัยต่าง ๆ ส่วนรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนางจรูญทรัพย์ นาคทอง จะมีความโดดเด่นในการผลิตหัตถกรรมดินไทยประเภทของจิวและของจำลองขนาดเล็ก ส่วนกระบวนการถ่ายทอดของทั้ง 3 แหล่งจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ การถ่ายทอดแบบตัวต่อตัว หรือ เป็นกลุ่ม โดยครูเป็นผู้เตรียมวัสดุอุปกรณ์และความรู้ต่าง ๆ โดยครูเป็นผู้ศึกษาพื้นฐานความรู้จากผู้เรียนก่อน และจะสอนจากง่ายไปหายากให้ทำซ้ำ ๆ จนทำได้แล้วค่อยเพิ่มรูปแบบที่ยากขึ้น การสอนของทั้ง 3 แหล่งจะเป็นการถ่ายทอดแบบกัลยาณมิตร หรือ สอนแบบเครือญาติเหมือนพ่อแม่สอนลูก เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งผู้สอนและผู้เรียน ส่วนการจัดการด้านการตลาดทั้ง 3 แหล่ง จะมีการกำหนดราคารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยกลุ่มเหมือนกันโดยขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ รูปแบบความยากง่ายของผลิตภัณฑ์และระยะในการทำเป็นตัวกำหนดของราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดทั้ง 3 กลุ่ม จะมีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและยังเป็นศูนย์รวมเป็นแหล่งจำหน่ายไปยังแหล่งอื่น ๆ และยังมีพบว่าผลิตภัณฑ์ดินไทยเป็นงานที่เสริมรายได้ให้แก่ครอบครัว ชุมชน สร้างความรัก ความสามัคคี ประองดองกัน มีกิจกรรมร่วมกันในชุมชน คนในชุมชนรักถิ่นฐานบ้านเกิด ผลงานมีคุณค่าทางความงาม เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและยังคงความเป็นเอกลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม สมควรที่ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาหัตถกรรมดินไทยให้ยั่งยืนต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 การศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ

1) ผู้นำชุมชนและตัวแทนชุมชนเป็นบุคคลที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และเป็นที่ยอมรับของชุมชนในหมู่บ้านพรหมพชร ต. โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายก จำนวน 10 คน

2) กลุ่มตัวอย่างของประชาชนในจังหวัดนครนายก ได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ จำนวน 80 คน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) ใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำชุมชนและตัวแทนชุมชน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชน ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด ความต้องการของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวทั้งด้านแบบ กลิ่น สีและลวดลายรีวของรูปแบบมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวและบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

2) แบบสอบถาม ใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างประชาชนในจังหวัดนครนายก เกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว รูปทรงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว และแนวทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้ออกแบบโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3.1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ผู้วิจัยสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำและตัวแทนชุมชนเป็นบุคคลที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และเป็นที่ยอมรับของชุมชนในหมู่บ้านพรหมพชร ต. โคกกรวด อ. ปากพลี จ.นครนายก จำนวน 10 คน

2) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างประชาชนในจังหวัดนครนายก ได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ จำนวน 80 คน

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์จัดเรียงแต่ละประเด็นแล้วเขียนเป็นความเรียง

2) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำผลที่ได้หาค่าเปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางและคำบรรยายประกอบ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

- 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด
- 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก
- 2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง
- 1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย
- 1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3.2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

3.2.1 วัสดุและอุปกรณ์

- 1) มะพร้าว
- 2) 95% เอทานอล
- 3) 99.9% เอทานอล
- 4) DPPH (2,3-diphenyl-1-picrylhydrazyl)
- 5) สารมาตรฐานวิตามิน อี
- 6) เบสสบู่โซเดียมสเตียเรต
- 7) เบสสบู่โซเดียมโอเลต
- 8) เครื่องแก้วพื้นฐาน
- 9) เครื่องมือแกะสลัก
- 10) กระดาษกรอง
- 11) ถังสกัด
- 12) เครื่องระเหยสารแบบลดความดัน
- 13) ไมโครปิเปต
- 14) เครื่องชั่งแบบดิจิทัล ทศนิยม 4 ตำแหน่ง
- 15) เครื่องอัลตราไวโอเลตวิสิเบิลสเปกโตรโฟโตมิเตอร์
- 16) โมลซึ้นรูปสบู่

3.2.2 การสกัดมะพร้าวด้วยตัวทำละลายอินทรีย์

- 1) ปั่นมะพร้าวหนัก 2 กิโลกรัม แล้วคั้นแยกกาก นำกากมาสกัดด้วยวิธีการหมัก (Maceration) ในร้อยละ 95 เอทานอล นาน 3 วัน กรองผ่านกระดาษกรองเบอร์ 1
- 2) ระเหยสารสกัดด้วยเครื่อง Rotary Vacuum Evaporator ภายใต้ระบบความดันต่ำ โดยใช้อุณหภูมิ 50-60 องศาเซลเซียส จนตัวทำละลายระเหยออกจนหมดจะได้สารสกัดหยาบมะพร้าว
- 3) ชั่งน้ำหนัก คำนวณหาร้อยละของปริมาณสาร

3.2.3 การทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH Radical Scavenging Assay

การทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระและการหาค่า IC_{50} ของสารสกัดมะพร้าว โดย

1) เตรียม 0.2 มิลลิโมลลาร์ DPPH (2, 3-diphenyl-1-picrylhydrazyl) ในร้อยละ 99 เอทานอล

2) เตรียมสารตัวอย่างที่ความเข้มข้น 0- 100 ไมโครกรัม/มิลลิลิตรในร้อยละ 99 เอทานอล

3) ผสมสารตัวอย่างที่ความเข้มข้นต่าง ๆ กับ 0.2 มิลลิโมลลาร์ DPPH ในขวดสี่ขา ด้วยสัดส่วน 1:1 โดยปริมาตร ตั้งไว้ในที่มืดนาน 30 นาที

4) วัดค่าการดูดกลืนแสงที่ความยาวคลื่น 517 นาโนเมตร ด้วยเครื่องอัลตราไวโอเลตวิสิเบิลสเปกโตรโฟโตมิเตอร์ บันทึกผล

5) คำนวณประสิทธิภาพในการเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ และ ค่า IC_{50} เพื่อนำไปใส่เป็นสารต้านอนุมูลอิสระในสบู่

3.2.4 การตั้งตำรับสบู่ที่มีส่วนผสมของมะพร้าว

1) ตั้งตำรับสบู่ 2 ชนิด ได้แก่ สบู่กลีเซอรินใสและสบู่กลีเซอรินขุ่นตามอัตราส่วน

2) ผสมสีและกลิ่นตามอัตราส่วน

นำไปขึ้นรูปสบู่โดยใช้การหล่อจากแบบรูปทรงมะพร้าว

3.2.5 ศึกษาการยอมรับการทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวเพื่อนำไปใช้ในการทำมะพร้าวประดิษฐ์

1) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญในการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 12 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม การยอมรับเกี่ยวกับลักษณะของสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ด้านสี กลิ่น ความเป็นเนื้อเดียวกัน ผิวสัมผัส ความเหมาะสมที่นำมาประดิษฐ์เป็นมะพร้าวประดิษฐ์และความคิดเห็นลดทลายริ้วมะพร้าวที่ชะร่องริ้วในสบู่ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ

3) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำผลที่ได้หาค่าเปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางและคำบรรยายประกอบ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

3.27 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

2.51 - 3.26 หมายถึง มาก

1.75 - 2.50 หมายถึง น้อย

1.00 - 1.74 หมายถึง น้อยที่สุด

3.2.6 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ต. โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายก ที่เข้าร่วมในการอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว จำนวน 15 คน

3.2.6.1 นำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวที่ได้รับการยอมรับและแสดงความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญมาศึกษาและออกแบบแกะสลักให้เป็นร่องริ้ว 3 แบบ

3.2.6.2 สาธิตการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ด้วยการแกะสลักให้เป็นร่องริ้วตามแบบการปอกริ้วมะพร้าว 3 แบบให้ตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรที่เข้าอบรมเชิงปฏิบัติการดู

3.2.6.3 ตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายกที่เข้าอบรมลงมือปฏิบัติการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

3.2.6.4 ประเมินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการและสอบถามความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ต. โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายก ที่เข้าร่วมในการอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว จำนวน 15 คน

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์ ด้านความสวยงาม ด้านการดำรงลักษณะของศิลปะหัตถกรรมและด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น ที่ได้ออกแบบโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำผลที่ได้หาค่าเปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางและคำบรรยายประกอบ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มาก

2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3.3 การศึกษาแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะปรางรีวประติษฐ์จากสบู่

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่เกี่ยวกับสบู่ สบู่สมุนไพรและเครื่องหอมในจังหวัดนครนายกและผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 15 คน

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบคำถามสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะปรางรีวประติษฐ์จากสบู่ ด้านผลิตภัณฑ์มะปรางรีวประติษฐ์จากสบู่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย

3.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จัดสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางและความเป็นไปได้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะปรางรีวประติษฐ์จากสบู่ ด้านผลิตภัณฑ์มะปรางรีวประติษฐ์จากสบู่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มสนทนา มาวิเคราะห์จัดเรียงแต่ละประเด็นแล้วเขียนเป็นความเรียง

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจาก การสัมภาษณ์ การทดลองทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว การสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ นำมาเรียบเรียงรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

4.1.1 จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและตัวแทนชุมชนเป็นบุคคลที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และเป็นที่ยอมรับของชุมชนในหมู่บ้านพรหมเพชร ต. โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายกจำนวน 10 คน โดยการใช้ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง พบว่า ผู้นำและตัวแทนชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรมีอายุระหว่าง 47-68 ปี มีรายได้ต่ำสุด 5,000 และสูงสุด 60,150 บาท โดยผู้นำชุมชนมี นายก อบต. ตำบลโคกกรวด 1 คน รองนายก อบต. ตำบลโคกกรวด 1 คน กำนันตำบลโคกกรวด 1 คน ผู้ใหญ่บ้านพรหมเพชร 1 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านพรหมเพชร 2 คน และตัวแทนชุมชนคือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมและเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร 4 คน ผลที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรและตัวแทนชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร สรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรและชุมชนอื่นใน ต.โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายก ที่ได้ทำกันอยู่เป็นประจำมาช้านานและทำกันเกือบทุกครัวเรือนในอดีต ได้แก่ ไม้กวาดดอกหญ้าที่ทำจากหญ้าพงช้าง ซึ่งจะทำกันทุกหมู่บ้านในตำบลโคกกรวดโดยจะมีพ่อค้าคนกลาง หรือนายทุนนำวัสดุและอุปกรณ์ในการทำไม้กวาดมาส่งให้ชาวบ้านในชุมชนถึงที่บ้านโดยจ่ายเป็นค่าแรงให้เป็นขึ้น ๆ ใครทำมากจะมีรายได้มาก ใครทำน้อยก็จะมีรายได้น้อยไปตามผลงาน แต่ปัจจุบันจำนวนลดลงเนื่องจากผู้ที่เคยทำในอดีตมีอายุมากขึ้นบางคนเสียชีวิตบางคนเลิกทำไปเอง ลูกหลานรุ่นหลังบางครอบครัวไม่ได้สานต่อ เนื่องจากไปทำงานที่อื่นและปัจจุบันมีโรงงานขยายเข้าไปใกล้ชุมชนมากขึ้น คนรุ่นหลังจึงนิยมไปทำงานตามโรงงานต่าง ๆ ที่ไม่ไกลจากที่พักมากนักและยังมีบริการรถรับส่งทั้งไปและกลับได้รับความสะดวกสบายและรายได้มั่นคงและอีกประการหนึ่ง คือ พ่อค้าคนกลาง หรือนายทุนที่เคยนำดอกหญ้าพร้อมอุปกรณ์ในการทำไม้กวาดมาส่งให้ถึงบ้านในอดีตมีจำนวนลดน้อยลง มีส่งให้ได้ทำบางครอบครัวเท่านั้น ณ ปัจจุบันได้ค่าแรงต่ำลงประมาณ 10 บาท คนในชุมชนบางครอบครัวที่เคยทำและอยากทำต่อบางคนต้องลงทุนหาซื้อดอกหญ้าและวัสดุอุปกรณ์ในการทำไม้กวาดกันเองโดยมีค่าใช้จ่าย ณ ปัจจุบันที่รวมราคาต้นทุนตกต่ำลง 20-23 บาท นำไปจำหน่ายต่ำลง 35 บาท ซึ่งได้ราคาต่ำลงเมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วใกล้เคียงกันกับที่พ่อค้าคนกลางลงทุนให้ จึงเป็นเหตุให้คนในชุมชนไม่มีความต้องการที่จะลงทุนทำเองเพราะเสียเวลากับการออกไปหาวัสดุมาทำ จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การประกอบกิจการทำไม้กวาดในชุมชนลดลง แต่ในบางครั้งมีโครงการต่าง ๆ จากภาครัฐ ๆ มีเงินมาสนับสนุนกลุ่มอาชีพ ในช่วงนั้นก็ทำให้คนในชุมชนทำกันมากขึ้นเป็นระยะ ๆ ซึ่งปัจจุบันคนในชุมชนบางชุมชนในตำบลโคกกรวดจะหาผลิตภัณฑ์อื่นมาทำแทน เช่น น้ำพริกทำกันในหมู่ที่ 2 บ้านหนองสองห้อง ขนมห่อกล้วยมัน ทำกันในหมู่ที่ 5 บ้านใหม่ ดอกไม้จันทร์ทำกันในหมู่ 6

บ้านม่วงและบ้านเหล่าทุ่ง สำหรับหมู่ที่ 1 บ้านพรหมเพชรยังไม่มีผลิตภัณฑ์อื่นมาทำกัน หมู่บ้านอื่น ๆ คือ หมู่ที่ 3 บ้านเนินสะท้อน หมู่ที่ 4 บ้านเลาคา หมู่ที่ 7 บ้านหนองหัวเสือ ก็ยังคงทำไม้กวาดเช่นเดิม แต่จำนวนลดลงด้วยเหตุผลเดิม คือ พ่อค้าคนกลางน้อยลงและคนรุ่นหลังไม่ทำกัน น่าจะมีการทำผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มาทดแทนผลิตภัณฑ์ไม้กวาดของเดิมบ้าง

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด ส่วนมากมีความต้องการสบู่ทำความสะอาดร่างกาย ทั้งสบู่ก้อน สบู่เหลวและครีมอาบน้ำเพื่อเป็นทางเลือกให้กับคนในชุมชนที่มีความหลากหลาย ครีมล้างมือ แชมพูสระผม น้ำยาล้างภาชนะ น้ำยาซักผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งน้ำยาล้างภาชนะและน้ำยาซักผ้ามีทำกันบ้างแล้ว แต่ทำใช้กันในครัวเรือนของตนเองเท่านั้น ที่มีความต้องการเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ในครัวเรือนเป็นประจำอยู่แล้วเมื่อทำขึ้นมาแล้วสามารถใช้ในครัวเรือนของตนเองได้แล้วยังสามารถนำไปจำหน่ายเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวได้อีกทางหนึ่ง

ความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก ที่เป็นสบู่ก้อนผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ส่วนมากต้องการทั้งสีขุ่นและสีใสเพื่อให้ได้เป็นทางเลือกของคนในชุมชนและถ้าจะทำจำหน่ายก็เป็นทางเลือกให้กับผู้ซื้อได้ รูปร่างเหมือนลูกมะพร้าวก็จะยิ่งดีเพราะดูเหมือนมะพร้าวจริง ๆ หรือ เป็นรูปร่างโค้งเป็นหลังเต่าจะจับได้เหมาะมือที่สุด รองลงมาเป็นรูปร่างสี่เหลี่ยม สีของสบู่ก้อนควรเป็นสีใกล้เคียงกับสีของมะพร้าวที่สุกแล้ว คือ สีเหลืองอมส้มสวยงาม เพื่อให้เป็นสีที่เป็นเอกลักษณ์ของส่วนผสมที่เป็นมะพร้าวและไม่สับสนกับสบู่ที่มีส่วนผสมอื่น ๆ มีเนื้อนุ่ม ไม่แข็งกระด้าง กลิ่นที่ผสมในสบู่ก้อนควรเป็นกลิ่นที่หอมเหมือนสบู่หอมอื่น ๆ แต่ให้มีกลิ่นอ่อน ๆ ไม่ควรมีกลิ่นรุนแรง เพื่อป้องกันอาการแพ้หน้าหอมของบางคน แต่ถ้าได้กลิ่นหอมเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ได้จะยิ่งดีและอีกประการหนึ่ง การผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวซึ่งเป็นสารจากธรรมชาติ ที่ไม่มีสารเคมีเป็นอันตรายต่อผู้นำไปใช้

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวมีลวดลายรีว ส่วนมากเห็นด้วยกับการมีลวดลายเป็นร่องเป็นรีวสวยงามจะช่วยให้สวย สร้างความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นจุดสนใจทำให้ดึงดูดสายตาต่อผู้พบเห็น ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมการขายได้ เพราะสบู่ที่มีลวดลายจะแปลกและแตกต่างไปจากสบู่อื่น ๆ และถ้าทำลวดลายเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ประจำของชุมชนเพื่อสร้างเป็นแบรนด์ของชุมชนได้จะยิ่งดีกว่าสบู่ที่มีผิวเรียบธรรมดาทั่ว ๆ ไปและยังสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวส่วนมากมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องกระดาษสามารถเปิดด้านหน้าได้ ถ้ามีแผ่นใสปิดด้านหน้าเพื่อให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจนไม่ต้องแกะกล่องออกมาดูทั้งหมด ไม่ต้องห่อกระดาษสีขุ่น รูปทรงสี่เหลี่ยม มีขนาดเหมาะสมกับก้อนสบู่มีลวดลายและสีสวยงาม เพื่อให้ดึงดูดสายตาของผู้ที่เห็นและบ่งบอกชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์ทำจากอะไร มีคำอธิบายส่วนผสมของสบู่และมีรายละเอียดบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สบู่เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการซื้อ กล่องบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงพอสมควรส่วนจะมีความหนา หรือ แข็งแรงมากน้อยเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณในการทำบรรจุภัณฑ์แต่ถ้ากลุ่มเข้มแข็งทางหน่วยงาน อบต.อาจหางบประมาณมาช่วยส่งเสริมได้ซึ่งสามารถหามาได้จากหลายแหล่ง

4.1.2 ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครนายกที่ได้จากการสุ่มโดยบังเอิญ จำนวน 80 คน สรุปได้ ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	13	16.25
- หญิง	67	83.75
อายุ		
- น้อยกว่า 25 ปี	3	3.75
- 25 – 30 ปี	15	18.75
- 31 – 35 ปี	9	11.25
- 36 – 40 ปี	4	5.00
- 41 – 45 ปี	18	22.50
- 46 ปีขึ้นไป	31	38.75
ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	45.00
- ปริญญาตรี	38	47.50
- ปริญญาโท	5	6.25
รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 5,000	9	11.25
- 5,000 – 10,000	25	31.25
- 10,001 – 15,000	13	16.25
- 15,001 – 20,000	9	11.25
- 20,001 – 25,000	6	7.50
- 25,001 – 30,000	2	2.50
- มากกว่า 30,000	16	20.0

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 80 คน พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 83.75 อายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25

ตารางที่ 4.2 ความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่ผลิตผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

ผลิตภัณฑ์	คะแนน	อันดับ
ครีมบำรุงผิว	18	2
สบู่ที่มีลวดลายสวยงาม	32	1
ครีมอาบน้ำ	14	3
แชมพู	6	5
ยาสีฟัน	10	4

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่ผลิตผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวมากที่สุด คือ สบู่ที่มีลวดลายสวยงาม รองลงมา คือ ครีมบำรุงผิว ครีมอาบน้ำ ยาสีฟัน และแชมพู ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ความต้องการรูปทรงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

รูปทรง	คะแนน	อันดับ
รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า	73	2
รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส	52	3
รูปทรงสามเหลี่ยม	10	5
รูปทรงกระบอก	49	4
รูปทรงรี	114	1
อื่น ๆ	4	6

จากตารางที่ 4.3 รูปทรงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ที่มีความต้องการมากที่สุด คือ รูปทรงรี รองลงมา คือ รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส รูปทรงกระบอก รูปทรงสามเหลี่ยมและรูปทรงอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่เป็นสบู่อผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

รูปทรง	คะแนน	อันดับ
รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า	75	3
รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส	76	2
รูปทรงสามเหลี่ยม	9	5
รูปทรงกระบอก	39	4
รูปทรงรี	100	1
อื่น ๆ	6	6

จากตารางที่ 4.4 รูปทรงแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกที่เป็นสบู่อผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ที่มีความต้องการมากที่สุด คือ รูปทรงรี รองลงมา คือ รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า รูปทรงกระบอก รูปทรงสามเหลี่ยม และรูปทรงอื่น ๆ ตามลำดับ

2) ความต้องการเกี่ยวกับแนวทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกในภาพรวม

คุณลักษณะ	N=80		ระดับความต้องการ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.86	0.80	มาก
ด้านราคา	3.93	0.73	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	0.82	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.5 ความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ในภาพรวม พบว่า มีความต้องการการจัดการด้านราคาในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.67) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.82) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.86$, SD = 0.80) ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการด้านผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะ	N=80		ระดับ ความต้องการ
	\bar{X}	S.D.	
1. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ	3.85	0.92	มาก
2. ผลิตภัณฑ์มีขนาดและปริมาณที่เหมาะสม	3.70	0.95	มาก
3. ฉลากบรรจุภัณฑ์ระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	3.89	0.94	มาก
4. บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สีสดใสสวยงาม	3.84	0.91	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม	3.88	0.86	มาก
6. ผลิตภัณฑ์มาจากธรรมชาติเชื่อมั่นในความปลอดภัย	4.03	0.90	มาก

จากตารางที่ 4.6 ความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความต้องการผลิตภัณฑ์มาจากธรรมชาติเชื่อมั่นในความปลอดภัยในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.90) รองลงมา คือ ฉลากบรรจุภัณฑ์ระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.94) ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.86) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.92) บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สีสดใสสวยงาม ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.91) และ ผลิตภัณฑ์มีขนาดและปริมาณที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการด้านราคา

คุณลักษณะ	N=80		ระดับ ความต้องการ
	\bar{X}	S.D.	
1. ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	3.86	0.76	มาก
2. ราคาเหมาะสมกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การบำรุงผิวพรรณ บำรุงสุขภาพ	3.93	0.84	มาก
3. มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน	3.95	0.93	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อ (ราคาไม่แพง)	3.88	0.82	มาก
5. ประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป	4.01	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.7 ความต้องการ ด้านราคา พบว่า มีการให้ความสำคัญถึงประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไปในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.93) ราคาเหมาะสมกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การบำรุงผิวพรรณ บำรุงสุขภาพ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.84) ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อ (ราคาไม่แพง) ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.82) และ ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

คุณลักษณะ	N=80		ระดับ ความต้องการ
	\bar{X}	S.D.	
1. ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อ	3.94	0.86	มาก
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ เช่น Facebook, Line	3.84	0.96	มาก
3. มีตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นช่วยให้หาซื้อได้ง่าย	3.90	0.91	มาก

จากตารางที่ 4.8 ความต้องการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีการให้ความสำคัญถึงทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ มีตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นช่วยให้หาซื้อได้ง่าย ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.91) และมีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ เช่น Facebook, Line ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด

คุณลักษณะ	N=80		ระดับ ความต้องการ
	\bar{X}	S.D.	
1. มีการลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก	3.95	0.81	มาก
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้รู้จักเป็นอย่างดี	3.98	0.80	มาก
3. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	3.83	0.76	มาก
4. พนักงานให้คำแนะนำประโยชน์ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด	3.88	0.80	มาก
5. มีการลดราคาตามเทศกาลที่เหมาะสม เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันแม่ เป็นต้น	3.88	0.83	มาก
6. การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม	3.91	0.83	มาก

จากตารางที่ 4.9 ความต้องการ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความต้องการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้รู้จักเป็นอย่างดีในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ มีการลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.81) การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.83) พนักงานให้คำแนะนำประโยชน์ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.80) มีการลดราคาตามเทศกาลที่เหมาะสม เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันแม่ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.83) และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาการทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

ผลการทดลอง

1. การสกัดมะพร้าวด้วยตัวทำละลายอินทรีย์

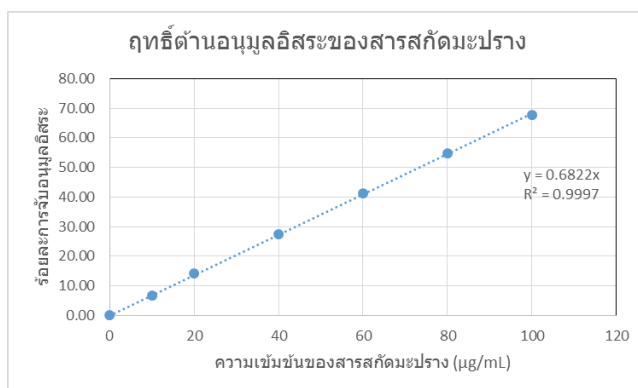
เนื้อมะพร้าวที่ผ่านการคั้นน้ำออก 1 กิโลกรัม สกัดด้วยวิธีการหมัก (Maceration) ด้วยตัวทำละลายอินทรีย์ 99.99% เอทานอล กรองด้วยกระดาษกรอง Whatman เบอร์ 1 ระเหยตัวทำละลายด้วยเครื่องระเหยสารแบบลดความดัน ได้สารสกัด 227 กรัม คิดเป็นร้อยละโดยน้ำหนัก (% yield) 22.7

2. การทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH Radical Scavenging Assay และค่า IC_{50}

ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH Radical Scavenging Assay

ความเข้มข้น (ไมโครกรัม/มิลลิลิตร)	ร้อยละของฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ (% radical scavenging assay)			
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	เฉลี่ย
10	7.44	6.90	5.63	6.66±0.78
20	15.20	13.80	13.92	14.31±0.77
40	27.63	27.42	27.60	27.55±0.12
60	41.02	42.43	40.60	41.35±0.96
80	55.26	54.69	54.20	54.71±0.53
100	66.74	68.07	68.12	67.64±0.78

จากนั้นสร้างกราฟระหว่างความเข้มข้นของสารสกัดมะพร้าวและร้อยละของฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ เพื่อหาค่า IC_{50} แสดงดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระและความเข้มข้นของสารสกัดเนื้อมะพร้าว

จากกราฟ ได้สมการเส้นตรง $y = 0.6822x$ โดยค่า y คือ ร้อยละของความสามารถในการยับยั้งอนุมูลอิสระของสารสกัดมะพร้าว ค่า x คือ ความเข้มข้นของสารสกัดมะพร้าว หากความเข้มข้นของสารสกัดมะพร้าวที่สามารถยับยั้งอนุมูลอิสระได้ร้อยละ 50 (IC_{50}) โดย แทนค่า $y = 50$ ลงในสมการ ได้ค่า $x = 73.29$ ค่า $IC_{50} = 73.29$ ไมโครกรัม/มิลลิลิตร

เติมสารสกัดมะพร้าวที่ความเข้มข้น 10 เท่าของค่า IC_{50} คือ ใน 1 กรัมของสับู้ เติมสารสกัดมะพร้าวเท่ากับ 732.9 ไมโครกรัม ดังนั้น เนื้อสับู้ 1 กิโลกรัม จึงเติมสารสกัดมะพร้าว 0.7329 กรัม

3. การพัฒนาตำรับสับู้ผสมสารสกัดมะพร้าว

ตำรับสับู้ โดยใช้เบสสับู้ทั้ง 2 แบบ คือ เบสสับู้แบบขุ่นและแบบใสหนัก 1 กิโลกรัม เติมสีและกลิ่น เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตัดสิน แสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ตำรับสับู้ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว

ชนิดของเบส สับู้กลีเซอริน	สี (จำนวนหยด)		กลิ่น (จำนวนหยด)		
	ส้ม	เหลืองไข่	SOIEL	ILIDE	Dewberry
ชนิดขุ่น					
S1C1P1	40	10	10	-	-
S1C1P2	40	10	-	10	-
S1C1P3	40	10	-	-	10
S1C2P1	50	10	10	-	-
S1C2P2	50	10	-	10	-
S1C2P3	50	10	-	-	10
ชนิดใส					
S2C1P1	30	10	10	-	-
S2C1P2	30	10	-	10	-
S2C1P3	30	10	-	-	10
S2C2P1	20	10	10	-	-

S2C2P2	20	10	-	10	-
S2C2P3	20	10	-	-	10

หมายเหตุ S1C1 คือ สบู่ชนิดขุ่นเติมสีส้ม 40 หยด สีเหลืองไข่ 10 หยด
 S1C2 คือ สบู่ชนิดขุ่นเติมสีส้ม 50 หยด สีเหลืองไข่ 10 หยด
 S2C1 คือ สบู่ชนิดใสเติมสีส้ม 30 หยด สีเหลืองไข่ 10 หยด
 S2C2 คือ สบู่ชนิดใสเติมสีส้ม 20 หยด สีเหลืองไข่ 10 หยด
 นำสบู่ทั้ง 12 ตำรับ ไปทดสอบการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกตามตารางที่ 4.13 โดยเลือกชนิดและสีของสบู่ แล้วจึงเลือกกลิ่น
 เมื่อเลือกสีและกลิ่นได้แล้วจึงห่อมเนื้อสบู่ 1 กิโลกรัม จึงเติมสารสกัดมะพร้าว 0.7329 กรัม ที่ละลายในเอทานอล ลงไปหล่อสบู่ตามแบบและนำไปแกะรีว โดยสบู่มะพร้าว 1 ก้อนหนักโดยประมาณ 75 กรัม และเมื่อแกะแล้วจะหนักโดยประมาณ 50 กรัม

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาการยอมรับการทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว เพื่อนำไปใช้ในการทำมะพร้าวรีวประดิษฐ์

ผลการยอมรับการทำสบู่ผสมเนื้อมะพร้าวเพื่อนำไปใช้ในการทำมะพร้าวรีวประดิษฐ์

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	4	33.33
- หญิง	8	66.67
อายุ		
- น้อยกว่า 30 ปี	0	0
- 30 – 40 ปี	2	16.67
- 41 – 50 ปี	7	58.33
- 51 – 60 ปี	2	16.67
- มากกว่า 60 ปี	1	8.33
ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด		
- ปริญญาตรี	1	8.33
- ปริญญาโท	10	83.33
- ปริญญาเอก	1	8.33
ประสบการณ์ด้านการแกะสลัก		
- น้อยกว่า 5 ปี	0	0

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
- 5 – 10 ปี	1	8.33
- 11 – 15 ปี	0	0
- 16 – 20 ปี	3	25
- มากกว่า 20 ปี	8	66.67

จากตารางที่ 4.12 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เชี่ยวชาญ 12 คน พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 อายุ 41–50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 จบการศึกษาขั้นสูงสุด คือปริญญาโท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 และมีประสบการณ์ด้านการแกะสลักมากกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับสบู่อผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว

คุณลักษณะของสบู่	N=12		ระดับการยอมรับ	อันดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. สีของสบู่เหมือนกับสีของมะพร้าว				
S1C1	2.33	0.78	น้อย	4
S1C2	3.50	0.80	มากที่สุด	1
S2C1	2.42	0.79	น้อย	3
S2C2	2.58	0.79	มาก	2
2. ความเป็นเนื้อเดียวกันของสบู่				
S1C1	3.42	0.79	มากที่สุด	3
S1C2	3.50	0.80	มากที่สุด	2
S2C1	3.25	0.75	มาก	4
S2C2	3.50	0.67	มากที่สุด	1
3. ผิวสัมผัสของสบู่ที่ง่ายต่อการแกะสลักริ้ว				
S1C1	3.67	0.49	มากที่สุด	3
S1C2	3.75	0.45	มากที่สุด	2
S2C1	3.42	0.51	มากที่สุด	4
S2C2	3.58	0.51	มากที่สุด	1
4. กลิ่นของสบู่				
P1	3.00	0.85	มาก	2
P2	2.42	0.67	น้อย	3

คุณลักษณะของสบู่อ	N=12		ระดับการยอมรับ	อันดับที่
	\bar{X}	S.D.		
P3	3.17	0.83	มาก	1
5. ความเหมาะสมที่จะนำมาประดิษฐ์เป็นมะปร่างรีว				
S1C1	3.17	0.72	มาก	3
S1C2	3.50	0.67	มากที่สุด	1
S2C1	2.83	0.83	มาก	4
S2C2	3.25	0.62	มาก	2

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะปร่าง (ต่อ)

คุณลักษณะของสบู่อ	N=12		ระดับการยอมรับ	อันดับที่
	\bar{X}	SD		
6. ความพอใจในรูปลักษณะของสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะปร่าง				
S1C1	3.25	0.62	มาก	3
S1C2	3.67	0.49	มากที่สุด	1
S2C1	3.17	0.72	มาก	4
S2C2	3.33	0.78	มากที่สุด	2
7. ความชอบโดยรวม				
S1C1	3.08	0.67	มาก	3
S1C2	3.42	0.51	มากที่สุด	1
S2C1	2.67	0.89	มาก	4
S2C2	3.17	0.83	มาก	2

จากตารางที่ 4.13 การยอมรับสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะปร่างของผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ พบว่า ด้านสีของสบู่เหมือนกับสีของมะปร่างมีการยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ ชนิด S2C2 ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.58$, S.D. = 0.79) ด้านความเป็นเนื้อเดียวกันของสบู่ ยอมรับชนิด S2C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.80) และ S1C1 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ ด้านผิวสัมผัสของสบู่ที่ง่ายต่อการแกะสลักรีวมีการยอมรับในระดับมากที่สุดทุกชนิด โดยยอมรับชนิด S2C2 ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ชนิด S1C2 ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.45) ด้านกลิ่นของสบู่ ยอมรับกลิ่น P3 ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.83) รองลงมา

คือ กลิ่น P1 ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.85) ด้านความเหมาะสมที่จะนำมาประดิษฐ์เป็นมะพร้าว ยอมรับ ชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ชนิด S2C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.62) ด้านความพอใจในรูปลักษณะของสบู่อผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว ยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ชนิด S2C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.78) และด้านความชอบโดยรวม มีการยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ชนิด S2C2 ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

จากผลการศึกษาการยอมรับสบู่อผสมสารสกัดมะพร้าวพบว่าผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนการยอมรับ สบู่อรับ S1C2P3 และ S2C2P3 ในอันดับที่ 1 และ 2 เพราะมีสีใกล้เคียงสีของมะพร้าวมากที่สุดจึงนำมาตั้งตำรับสบู่อที่มีส่วนผสมของสารสกัดมะพร้าว ดังแสดงในตารางที่ 4.14

การพัฒนาตำรับสบู่อผสมสารสกัดมะพร้าว

จากการทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระของสารสกัดมะพร้าว ได้ปริมาณสารสกัดที่เหมาะสมในการเติมลงในสบู่อ 1 กิโลกรัม คือ 1 กรัม น้ำหนักของสีส้ม 50 หยด คือ 2.5 กรัม น้ำหนักของสีส้ม 20 หยด คือ 1.0 กรัม น้ำหนักของสีเหลืองไข่ 10 หยด คือ 0.5 กรัม น้ำหนักของกลิ่น Dewberry คือ 1 กรัม พัฒนาตำรับตามตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ตำรับสบู่อผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าวที่ผู้เชี่ยวชาญยอมรับ

ลำดับที่	ส่วนประกอบ	น้ำหนัก (กรัม)	
		S1C2P3	S2C2P3
1	เบสสบู่อขุ่น	985.0	-
2	เบสสบู่อใส	-	986.5
3	วิตามิน อี	10.0	10.0
4	สารสกัดจากเนื้อมะพร้าวในกลีเซอริน	1.0	1.0
5	สีส้ม	2.5	1.0
6	สีเหลืองไข่	0.5	0.5
7	กลิ่น Dewberry	1.0	1.0

ตารางที่ 4.15 คะแนนรวมและลำดับลายริ้วบนสบู่อที่เหมาะสมสำหรับการแกะสลักเป็น มะพร้าวประดิษฐ์

ลายริ้วบนสบู่อ	คะแนน	อันดับ
ลายริ้วตรง	20	1
ลายริ้วเกลียว	27	2
ลายริ้วไปไม้	37	3

ลายริ้วหอยแครง	49	5
ลายริ้วหอยเซลล์	47	4

จากตารางที่ 4.15 อันดับลายริ้วที่เหมาะสมสำหรับการแกะสลักเป็นมะพร้าวประดิษฐ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู พบว่า ลายริ้วตรงมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ ลายริ้วเกลียว ลายริ้วใบไม้ ลายริ้วหอยเซลล์ และลายริ้วหอยแครง ตามลำดับ

ขั้นตอนที่ 3 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบูและการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบูและความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำสบูและการมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู

ผู้วิจัยนำผลการยอมรับของเนื้อสบูผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวของผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู ที่ยอมรับลำดับ 1 และลำดับ 2 ทุกด้าน คือ ชนิด S1C2 ที่มีลักษณะของเนื้อสีขุ่น มีสีเหมือนมะพร้าวที่สุดและชนิด S2C2 ที่มีลักษณะเนื้อสีใส มีสีใกล้เคียงมะพร้าวที่สุดเพื่อให้มีความหลากหลายของสบู จึงได้นำไปอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบูและการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบูผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวทั้ง 2 สูตร โดยการสลักสบูให้เป็นลายมะพร้าวด้วยลายริ้ว 3 ลำดับแรกที่ได้รับการจัดลำดับจากผู้เชี่ยวชาญการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู คือ ลายริ้วตรง ลายริ้วเกลียว และลายริ้วใบไม้ให้กับสมาชิกชุมชนบ้านพรหมเพชร หลังจากนั้นผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นจากผู้เข้าอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบูและการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู ดังนี้

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	0	0
- หญิง	15	100
อายุ		
- น้อยกว่า 30 ปี	0	0
- 30 – 40 ปี	0	0
- 41 – 50 ปี	3	20
- 51 – 60 ปี	6	40
- มากกว่า 60 ปี	6	40
สถานภาพ		
- โสด	2	13.33
- สมรส	7	46.67

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
- หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	6	40
ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด		
- ประถมศึกษา	8	53.33
- มัธยมศึกษา	2	13.33
- ปวส./อนุปริญญา	1	6.67
- ปริญญาตรี	4	26.67

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- น้อยกว่า 5,000 บาท	7	46.66
- 5,000 – 10,000 บาท	4	26.67
- 10,001 – 15,000 บาท	0	0
- มากกว่า 15,000 บาท	4	26.67
การเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานต่าง		
- ไม่เคยเข้าอบรม	5	33.33
- เข้าอบรม 1 ครั้ง	2	13.33
- เข้าอบรม 2 ครั้ง	3	20
- เข้าอบรม 3 ครั้ง	0	0
- เข้าอบรมมากกว่า 3 ครั้ง	5	33.33
อาชีพ		
- รับราชการ	3	20
- ข้าราชการบำนาญ	1	6.67
- ทำไม้กวาด	5	33.33
- แม่บ้าน	5	33.33
- เลี้ยงจิ้งหรีด	1	6.67

จากตารางที่ 4.16 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 15 คน พบว่า ทั้งหมดเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุ 51 – 60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80 สถานภาพสมรส จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 40 จบการศึกษาชั้นสูงสุดระดับประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 การเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ มีผู้ที่ไม่เคยเข้าอบรมเลย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และมีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และอาชีพทำไม้กวาด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ในภาพรวม

การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	N=15		ระดับ ความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์	4.43	0.46	มากที่สุด
ด้านความสวยงาม	4.42	0.41	มากที่สุด
ด้านการดำรงลักษณะของศิลปหัตถกรรม	4.62	0.33	มากที่สุด
ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น	4.66	0.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ในภาพรวม พบว่า มีการให้ความสำคัญต่อด้านการใช้วัสดุท้องถิ่นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านการดำรงลักษณะของศิลปหัตถกรรม ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.33) ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.46) และด้านความสวยงาม ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.41) ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์

การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	N=15		ระดับ ความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์			
- มีรูปลักษณ์เหมาะสมกับผลมะพร้าว	4.67	0.62	มากที่สุด
- มีความน่าสนใจต่อผู้พบเห็น	4.33	0.62	มากที่สุด
- ช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนในจังหวัด	4.40	0.63	มากที่สุด

- เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก	4.33	0.62	มากที่สุด
------------------------------------	------	------	-----------

จากตารางที่ 4.18 ความคิดเห็นการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์ พบว่า มีความต้องการให้รูปลักษณ์เหมาะสมกับผลมะพร้าวในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ มีความน่าสนใจต่อผู้พบเห็นและเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.62) และมีความสนใจต่อผู้พบเห็น ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านความสวยงาม

การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	N=15		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
ด้านความสวยงาม			
- มีรูปทรงของสบู่ที่สวยงาม	4.33	0.62	มากที่สุด
- มีสีสันทของสบู่ที่สวยงาม	4.27	0.70	มากที่สุด
- มีลวดลายรี้วที่สวยงาม (ลายรี้วตรง)	4.47	0.64	มากที่สุด
- มีลวดลายรี้วที่สวยงาม (ลายเกลียว)	4.47	0.64	มากที่สุด
- มีลวดลายรี้วที่สวยงาม (ลายใบไม้)	4.60	0.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านความสวยงาม พบว่า มีความต้องการให้มีลวดลายรี้วที่สวยงาม (ลายใบไม้) ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ มีลวดลายรี้วที่สวยงาม (ลายรี้วตรงและลายเกลียว) ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.64) มีรูปทรงของสบู่ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.62) และมีสีสันทของสบู่ที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านการดำรงลักษณะเฉพาะของศิลปหัตถกรรม

การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	N=15		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
ด้านการดำรงลักษณะเฉพาะของศิลปหัตถกรรม			
- มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของมะพร้าว	4.73	0.46	มากที่สุด
- รูปแบบของมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ส่งเสริมงาน	4.47	0.52	มากที่สุด

ศิลปหัตถกรรมของจังหวัด			
- มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่	4.80	0.41	มากที่สุด
- มีความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึก (ลายรีวตรง)	4.53	0.52	มากที่สุด
- มีความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึก (ลายเกลียว)	4.60	0.51	มากที่สุด
- มีความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึก (ลายใบไม้)	4.60	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านการดำรงลักษณะเฉพาะของศิลปหัตถกรรม พบว่า มีการให้ความคิดเห็นว่มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.41) รองลงมา คือ มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของมะพร้าว ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.46) มีความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึก (ลายเกลียว และลายใบไม้) ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.51) มีความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึก (ลายรีวตรง) ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.52) และเป็นการส่งเสริมศิลปหัตถกรรมของจังหวัด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็น การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น

การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่	N=15		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น			
- ความเหมาะสมของสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าวเพื่อการสลักลาย	4.67	0.49	มากที่สุด
- ส่งเสริมการนำวัสดุท้องถิ่นคือมะพร้าวที่ไม่ได้คุณภาพมาใช้ประโยชน์	4.73	0.46	มากที่สุด
- คุณภาพของวัสดุท้องถิ่นคือการนำสารสกัดเนื้อมะพร้าวที่นำมาผสมในสบู่	4.67	0.49	มากที่สุด
- รูปแบบของสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว	4.60	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น พบว่า มีการให้ความคิดเห็นว่าเป็นการส่งเสริมการนำวัสดุท้องถิ่น คือ มะพร้าวที่ไม่ได้คุณภาพมาใช้ประโยชน์ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.46) รองลงมา คือ ความเหมาะสมของสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าวเพื่อการสลักลาย และคุณภาพของวัสดุท้องถิ่น คือ การนำสารสกัดเนื้อมะพร้าวที่นำมาผสมในสบู่ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.49) และรูปแบบของสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

4.3 ผลการศึกษาแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

จากการสนทนากลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเกี่ยวกับสบู่ สบู่สมุนไพรและเครื่องสำอางค์ในจังหวัดนครนายกและหน่วยงานราชการจังหวัดนครนายก คือ ตัวแทนพาณิชย์จังหวัดนครนายกและตัวแทนพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 15 คน ผลสรุปในด้านต่าง ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ลักษณะสบู่ที่ทำรูปร่างคล้ายผลไม้ หรือ เลียนแบบของจริงที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมีหลายชนิด เช่น ลูกมะพร้าวผ่าครึ่งลูก ลูกมะเฟือง กล้วยหอม มังคุด ฯลฯ สำหรับมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นแนวความคิดที่ดีและทำได้สวยงาม มองดูสีและรูปลักษณ์สวยงามเห็นแล้วจะรู้ทันทีว่าเป็นมะพร้าว และมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ที่ทำออกมาสวยงาม ผู้ที่ได้รับของฝากชิ้นนี้จะไม่กล้าใช้เนื่องจากสวยงามไปอยากเก็บไว้เท่านั้น สามารถทำเป็นสินค้าที่เป็นของฝากได้เนื่องจากรูปลักษณ์สวยงาม ลายรี้วควรเพิ่มรูปแบบและลายให้มากกว่า 3 แบบที่ทำ เพื่อให้มีความหลากหลายและมีความคุ้มค่ามากกว่าการทำให้เป็นก้อน ๆ เท่านั้น ควรทำเป็นอัตลักษณ์ของนครนายกให้ได้เพราะผู้ที่มาเที่ยวเมืองนครนายกอยากได้ของฝากติดมือที่เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมะพร้าว ควรทำทั้ง 2 แบบ คือ มะพร้าวที่ยังไม่ปอกรี้วและมะพร้าวที่ปอกรี้ว ทำเป็นแบบพวงด้วย สามารถต่อยอดสบู่ให้เป็นเอกลักษณ์ โดยทำเป็นสบู่ก้อนสี่เหลี่ยมแล้วมีมะพร้าวผ่าซีกครึ่งลูกอยู่ในก้อน จะเป็นรี้วหรือไม่เป็นรี้วก็ได้ ควรทำทั้ง 2 เนื้อ คือ เนื้อสบู่ชุ่มกับเนื้อสบู่ใส สำหรับเนื้อสบู่ใสจะจำหน่ายได้ดีกว่าเนื้อสบู่ชุ่มสำหรับการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากเนื้อสบู่สีชุ่มทำให้สีเหมือนมะพร้าวมากกว่าและเป็นมะพร้าวที่ยังไม่ปอกแต่สบู่เนื้อใสจะเหมือนมะพร้าวที่ปอกรี้วเรียบร้อยแล้วแช่น้ำเชื่อมจะใสสวยงามและยังสามารถทำให้ได้ขนาดใหญ่กว่านี้ได้อีกเนื่องจากปัจจุบันนี้มะพร้าวและมะยงชิดในจังหวัดนครนายกมีลูกขนาดใหญ่ขึ้นขนาดเกือบเท่าไข่เป็ดก็มี สีที่นำมาผสมในสบู่ส่วนมากจะเป็นสีที่ได้จากธรรมชาติซึ่งมีข้อเสีย คือ จะมีอายุการใช้งานไม่นานเมื่อผลิตเป็นสบู่แล้วห่อด้วยแล็ปพลาสติกจะมีอายุประมาณ 3 เดือนหลังจากนั้นจะเริ่มซีดลงแต่ถ้าเป็นสีจากสารเคมีจะมีอายุการใช้งานนานกว่า สำหรับสีธรรมชาติจากเนื้อมะพร้าวจะได้น้อยเนื่องจากสีจากมะพร้าวมีน้อยจึงควรใช้สีเคมีผสม กลิ่นของสบู่ก็เช่นเดียวกันเนื่องจากผู้ที่ซื้อสบู่ส่วนมากก่อนที่จะซื้อผู้ซื้อมักจะดมกลิ่นดูก่อน ดังนั้น ควรทำให้มีกลิ่นหอมและให้หอมอยู่นาน ปัญหา คือ เนื้อมะพร้าวไม่มีกลิ่นมากการสกัดกลิ่นจะลำบากและสิ้นเปลืองมากเพราะมะพร้าวมีกลิ่นน้อย ควรเน้นกลิ่นของมะพร้าวรี้วว่าจะจะเป็นกลิ่นอะไรและควรให้ได้กลิ่นที่ใกล้เคียงมะพร้าวมากที่สุดจึงจะดีแต่ข้อเสียของสบู่ที่แกะสลักจะมีสารปนเปื้อนอยู่ด้วย ถ้านำไปใช้กับผิวหนังจะไม่เหมาะสม ผู้ทำควรตัดสินใจให้ดีว่ามะพร้าวประดิษฐ์จะมาเป็นของใช้หรือเป็นของขวัญ จึงควรทำเป็นของสำหรับของขวัญเพียงอย่างเดียวแต่การทำลายรี้วทีละลูกจะทำให้ต้นทุนสูงเนื่องจากเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความประณีตในการทำงาน และถ้าจะทำเป็นของขวัญเพียงอย่างเดียวไม่ได้นำไปใช้งาน ไม่ควรใส่สารสกัดจากเนื้อมะพร้าวก็ได้เพื่อเป็นการไม่สิ้นเปลืองและไม่ต้องจดทะเบียนให้ยุ่งยากเพียงใส่สีให้เหมือนสีของมะพร้าวให้มาก แต่ถ้าจะนำไปใช้ประโยชน์โดยเฉพาะใช้กับผิวหนังควรใส่สารสกัดจากเนื้อมะพร้าวด้วยและควรแจ้งให้รู้ว่ามะพร้าวมีประโยชน์ต่อผิวหนังอย่างไร มีสรรพคุณที่ดีอย่างไร ผู้ผลิตต้องศึกษากฎหมายของสาธารณสุขต้องปรับปรุงสถานที่ผลิตสบู่ด้วยหรือไม่ อย่างไร และมีผู้จดทะเบียนมะพร้าว หรือ มะยงชิดเป็นของใช้ที่เกี่ยวข้องกับ ออย. หรือไม่หรือผู้อื่นทำเช่นไรและที่สำคัญชาวบ้าน หรือ ชุมชนที่ทำผลิตภัณฑ์มีความสามารถสกัดสารจากเนื้อมะพร้าวได้ดีหรือไม่ และผู้ผลิต

อาจเปลี่ยนเป็นแกะพิมพ์ ทำเป็นบล็อกจากซีริโคลนให้เป็นริ้วสวยงามได้ เพราะการทำเป็นบล็อกจะทำได้รวดเร็ว สะอาดและได้คุณภาพและมาตรฐานเดียวกัน ผู้ซื้อ หรือ ผู้บริโภคส่วนมากจะเลือกซื้อจากที่ทำเป็นบล็อกมากกว่าแกะที่ละก้อนและยังสามารถทำเป็นอุตสาหกรรมได้จึงไม่ควรมานั่งแกะสลักริ้วที่ละก้อนแต่ถ้าเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้มีผู้สาธิตการสลักริ้วให้ผู้มาเที่ยวได้ชมจะเป็นการดีมากและนอกจากมะพร้าวจะทำจากสบูแล้วยังสามารถทำจากวัสดุอื่นอีกโดยเฉพาะเทียนที่ทำเป็นเทียนหอม สามารถตกแต่งได้หลากหลายรูปแบบที่ทำเป็นบล็อก อาจเป็นรูปมะพร้าวทั้งลูก หรือ มะพร้าวครึ่งลูกผ่าซีกวางบนใบไม้ที่ทำจากเทียนหอม หรือ วางบนก้อนสีเหลี่ยมจากเทียนหอม เช่นเดียวกัน สามารถนำไปวางตกแต่งตามห้องพักในรีสอร์ทต่าง ๆ ของจังหวัดนครนายก หรือ จังหวัดอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดีและเหมาะที่จะเป็นของฝากจากนครนายกที่สามารถเก็บไว้ได้นาน

สำหรับจังหวัดนครนายกยังขาดเอกลักษณ์ของนครนายกเนื่องจากผู้ที่มาเที่ยวนครนายกส่วนมากจะมาเที่ยวในวันศุกร์ถึงวันอาทิตย์เป็นจำนวนมากกว่าวันธรรมดาเช่นเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ผู้ที่มาเที่ยวนครนายกส่วนมากจะซื้อไม้กวาดติดมือไป นอกนั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์จากเถาวัลย์ เหง้าไม้ไผ่แกะสลักเป็นรูปต่าง ๆ ของจำพวกนี้เริ่มหายากขึ้นเพราะมีจำนวนน้อยลง ถ้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เกี่ยวกับมะพร้าวน่าจะเป็นเอกลักษณ์ของนครนายกได้ เนื่องจากนครนายกได้จดทะเบียนจีไอมะยงชิดเรียบร้อยแล้ว จึงเป็นทางที่ดีที่จะสร้างผลงานผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมะพร้าวทั้งหลายเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครนายกได้และมะพร้าวที่จะนำมาสกัดเพื่อผสมกับสบูควรเป็นมะพร้าวเปรี้ยวเนื่องจากมีราคาถูกกิโลกรัมละประมาณ 40 บาท เท่านั้น หรือ ถ้าต่อไปในอนาคตกลุ่มเกษตรกรไม่ปลูกมะพร้าวเปรี้ยวออกจำหน่าย กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสบูก็สามารถปลูกกันคนละต้นสองต้นก็น่าจะพอเพียงในการนำมาใช้ในการสกัดสารออกมาผสมกับสบูที่เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายกได้เป็นอย่างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์

การทำบรรจุภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู ก่อให้เกิดบรรจุกรรมมีเรื่องราวของสบูและมะพร้าวและถ้าจะให้ดียิ่งขึ้นควรมีเรื่องราวเกี่ยวกับนครนายกได้ด้วยดีเพื่อสะท้อนถึงวัฒนธรรมของนครนายกและวิถีชีวิตของนครนายกว่าเป็นเมืองมะพร้าว จะทำให้ผู้ที่ได้รับของฝากมีความประทับใจ สำหรับการจัดวางก้อนสบูที่เป็นมะพร้าวควรเจาะช่องให้วางก้อนสบูได้แน่นพอดีไม่มีการเคลื่อนไหว หรือ ขยับได้ การทำกล่องบรรจุภัณฑ์ถ้าเปิดหน้าต่างมีแผ่นพลาสติกใสให้เห็นผลิตภัณฑ์จะมีราคาสูงขึ้นและควรหาวิธีปิดช่องหน้าต่างที่เป็นแผ่นพลาสติกใสเพื่อช่วยให้สีของสบูมีเวลาการใช้งานนานช่วยให้สีของผลิตภัณฑ์ไม่ซีดซึ่งสีที่ได้จากธรรมชาติแล้วนำมาผสมกับสบูจะซีดเร็วกว่าสีผสมที่ได้จากสีสารเคมี หรือ สามารถนำไปจัดใส่กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากผ้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานหัตถกรรมจังหวัดนครนายก หรือ งานถักได้ด้วยเช่นเดียวกัน เป็นการใช้งานจากผลิตภัณฑ์ร่วมกันหรือ จัดผสมกับผลิตภัณฑ์อื่นในกล่องเดียวกัน เช่น จัดรวมกับพิมเสน การะบูน หรืออื่น ๆ เพื่อเป็นเครื่องหอมที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับมะพร้าวประดิษฐ์จากสบูได้สามารถนำไปจัดวางในห้องพักของรีสอร์ทต่าง ๆ ในนครนายกได้แต่ข้อสำคัญบรรจุภัณฑ์ถือเป็นตัวหลักในการบรรจุผลิตภัณฑ์ซึ่งปัจจุบันมีราคาค่อนข้างสูงทำให้เกิดปัญหากับกลุ่มแม่บ้านที่อาจขาดทุนทรัพย์ในการลงทุนได้หรืออาจจัดใส่กล่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องที่ทำด้วยผ้า หรือ งานถักด้วยมือซึ่งเป็นงานผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครนายกอย่างหนึ่งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบูได้อีกด้วยและยัง

สามารถจัดรวมในกล่องเดียวกันที่มีทั้งมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ พิมเสน การะบูร ฯลฯ รวมเป็นกล่องเครื่องหอมที่สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หลายอย่างไปพร้อม ๆ กัน

ในบางครั้งมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ไม่จำเป็นต้องจัดในกล่องบรรจุภัณฑ์ ให้จัดลงในกระเช้า หรือ ตะกร้าแบบต่างๆ ขนาดเล็กสามารถทำเป็นพวง 3 ลูก หรือ 5 ลูกใส่ใบไม้ประดิษฐ์จัดวางลงในกระเช้าให้สวยงามแล้วปักเครื่องหมายสัญลักษณ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ 1 อันแทนการปักรูปหัวใจในกระเช้าผลไม้สดที่ทำจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไปได้แต่ข้อสำคัญจะจำหน่ายได้น้อยกว่าผลไม้สดเพราะผู้บริโภคที่ซื้อไปจะมีความรู้สึกว่ารับประทานไม่ได้เหมือนผลไม้จริงและราคางานประดิษฐ์จะต้องสูงกว่าผลไม้จริงจึงไม่ค่อยสนใจซื้อไปฝาก แต่ถ้าออกแบบจัดวางให้สวยงามจนสะดุดสายตาให้คนสนใจให้ได้และมองเห็นคุณค่าว่าเป็นของสวยงามเป็นงานฝีมือและเป็นวัฒนธรรมของไทยที่มีมานานจะสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่ได้รับของฝากชิ้นนี้ได้

ด้านราคา

มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ประดิษฐ์ที่ละชิ้นทำรูปร่างขึ้นมาเหมือนรูปร่างมะพร้าวจริงในขนาดน้ำหนัก 50 กรัม เป็นน้ำหนักของสบู่ขนาดเล็กที่มีจำหน่ายในท้องตลาดซึ่งจะจำหน่ายในราคา 30-50 บาท หรือ จัดจำหน่ายในราคา 3 ก้อน 100 บาท ซึ่งในตลาดนัดสวนจตุจักรจะมีลูกค้าที่เป็นชาวจีนชอบซื้อในราคานี้มากและที่ร้านประชารัฐที่เป็นสถานที่ศูนย์รวมจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครนายกได้สังเกตผู้บริโภคที่มาเที่ยวจังหวัดนครนายกเห็นว่าผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านส่วนมากจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในราคา 3 ชิ้น 100 บาท ดังนั้น ในการตั้งราคาจำหน่ายโดยเฉพาะถ้าเป็นราคาขายส่งสบู่ที่มีน้ำหนักขนาด 50 กรัม จะขายส่งในราคา 28 บาท ซึ่งการตั้งราคาต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ คือ ค่าต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงานที่เป็นงานฝีมือทำทีละชิ้น ค่าบรรจุภัณฑ์และค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องให้ร้านค้าที่นำไปฝากจำหน่ายกลุ่มผลิตมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ควรตั้งให้ราคาสูงขึ้นกว่าสบู่อื่น ๆ คือประมาณก้อนละ 50 บาท จึงจะคุ้มค่าต่อการประดิษฐ์ทีละชิ้น

ด้านการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ต้องสลักให้มีรูปร่างสวยงามได้ที่ละชิ้นถ้าทำเป็นการค้าโดยการจัดวางจำหน่ายเพียงอย่างเดียวจะจำหน่ายได้น้อยไม่คุ้มค่ากับการเสียเวลาประดิษฐ์เพราะการจัดจำหน่ายสินค้าแต่ละชนิดนั้นต้องทำให้ได้ยอดการขายและต้องคำนึงเสมอว่าลูกค้า คือ ใคร ผู้ที่มาเที่ยวจังหวัดนครนายกเป็นบุคคลทั่วไปที่ต้องการเดินทางมาพักผ่อนไม่ได้ตั้งใจมาซื้อของฝากมากนัก แต่อาจซื้อไปบ้างเล็กน้อยผู้บริโภคส่วนมากก่อนที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มักจะเปรียบเทียบว่าสินค้าไหนมีคุณภาพและมีสรรพคุณดีกว่ากันจะเลือกซื้อสิ่งนั้น ถ้าแกะสลักจะไม่ค่อยซื้อควรทำเป็นปล้อคจะดีกว่าทำทีละชิ้น

การส่งเสริมการจัดจำหน่ายของพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายกจะให้การส่งเสริมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ในระดับต้นน้ำคือการส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มในชุมชนทำผลิตภัณฑ์ ให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการ OTOP กลางน้ำ คือ ร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จัดการอบรมทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อบรมเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และปลายน้ำมีการส่งเสริมการตลาด มีการจัดตลาดนัดชุมชน จัดงานเทศกาลต่าง ๆ ของจังหวัด มีร้านประชารัฐสุขใจ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครนายกและพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายกให้ความร่วมมือเป็นตัวกลางประสานกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ให้ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ข้อสำคัญคือผู้ที่ทำผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ต้องจัดตั้งกลุ่มให้ได้จะตั้งเป็น

กลุ่มต่าง ๆ ได้ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มมะพร้าวรีวประดิษฐ์ ฯลฯ จำนวน 10-15 คนให้ได้เป็นที่ประจักษ์ให้คนทั่วไปรู้จัก จึงจัดลิขสิทธิ์ แล้วจึงจดทะเบียนการค้าต่อไป ซึ่งทางจังหวัดนครนายกจะมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน 5 หน่วยงาน คือ พาณิชยจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัดและเกษตรจังหวัด ให้การสนับสนุนตามนโยบายและทั้งนี้อาจมีเงินส่งเสริมสนับสนุนตามนโยบายของการท่องเที่ยวทำหมู่บ้านแกะสลักมะพร้าวประดิษฐ์ จัดให้มีการแกะสลักให้นักท่องเที่ยวดูพร้อมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นการส่งเสริมการขายสินค้าไปด้วย และอีกทางหนึ่งในการส่งเสริมการจัดจำหน่ายให้กลุ่มอาชีพที่ทำผลิตภัณฑ์ เน้นด้านหัตถกรรม เนื่องจากในจังหวัดนครนายกมีกลุ่มหัตถกรรมในอำเภอปากพลีมีกลุ่มหัตถกรรมไทยพวน ที่มีงานหัตถกรรมการทอผ้า หัตถกรรมด้านความงามและอาหารหลายอย่างเป็นกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานวัฒนธรรมและหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัด จัดให้มีกิจกรรมเคลื่อนไหวหลายอย่างมีหน่วยงานราชการไปศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก ดังนั้น กลุ่มที่ผลิตมะพร้าวรีวประดิษฐ์ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของไทยจัดกิจกรรมเคลื่อนไหวร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมไทยพวนจังหวัดนครนายก โดยจัดให้เป็นศูนย์การเรียนรู้มีการแกะสลักมะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมขั้นตอนการทำที่ต้องประณีตและสวยงามพร้อมจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่จะได้ราคาที่สูงขึ้นในกรณีไม่ทำเป็นบล็อก เนื่องจากผู้ที่เข้าชมจะเห็นกระบวนการขั้นตอนในการทำที่ละเอียดทำที่ละชิ้นจึงยินดีที่จะซื้อสินค้ามะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่ในราคาที่สูงขึ้นและในฤดูกาลที่มีมะพร้าวและมะยงชิดมากก็สามารถที่จะนำมะพร้าว หรือ มะยงชิดจัดสาธิตการปอกรีวมะพร้าว หรือ มะยงชิดสดให้ดูสลักกันดูจะยิ่งช่วยส่งเสริมการจำหน่ายของที่ระลึกที่เป็นมะพร้าวรีวประดิษฐ์ที่สามารถเก็บไว้ดูเป็นเวลานานกว่าการซื้อมะพร้าวสดได้และยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวนครนายกได้เป็นอย่างดีอีกทางหนึ่งและการจัดจำหน่ายอีกทางหนึ่ง คือ การจัดวางจำหน่ายในร้านนารายณ์ภัณฑ์ซึ่งส่วนมากจะจำหน่ายให้กับชาวต่างชาติ เป็นการเผยแพร่ผลงานฝีมือทางวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยได้อีกทางหนึ่งและยังสามารถจัดวางจำหน่ายในร้านต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดนครนายกและในจังหวัดอื่น ๆ ได้ด้วยการส่งเสริมประสานงานจากพาณิชยจังหวัดและอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถเผยแพร่และจำหน่ายได้เป็นอย่างดีโดยจัดวางร้านต่าง ๆ ในสนามบินได้เนื่องจากเป็นงานหัตถกรรมที่เน้นงานฝีมือที่ความประณีตสวยงามตรงตามความต้องการของชาวไทยและชาวต่างชาติและนอกจากจะจัดวางจำหน่ายในร้านต่าง ๆ แล้ว ในการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลดีที่สุด คือ วิธีการเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ให้ได้จะยิ่งช่วยให้มียอดการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นเพราะเมื่อผลิตภัณฑ์ใดที่สามารถเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ได้แล้วจะมีลูกค้าต่าง ๆ เดินเข้ามาหาผู้ผลิตเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรต่อยอดสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ โดยทำเป็นสบู่ก้อนสี่เหลี่ยมแล้วมีมะพร้าวผ่าซีกครึ่งลูกอยู่ในก้อน จะเป็นรีวให้เป็นลายสวยงามหรือไม่เป็นรีวก็ได้
2. เนื้อมะพร้าวไม่มีกลิ่นมากการสกัดกลิ่นจะลำบากและสิ้นเปลืองมากเพราะมะพร้าวมีกลิ่นน้อยอาจหาวิธีสกัดกลิ่นจากใบมะพร้าวเพื่อนำมาใช้ผสมในสบู่ให้ได้กลิ่นของมะพร้าวจริง
3. สบู่ที่ผสมสารสกัดจากมะพร้าวควรทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่นด้วย เช่น ครีมอาบน้ำจะช่วยถนอมผิวได้ดีกว่า ยาสระผม ฯลฯ
4. ควรทำให้เนื้อสบู่มีกลิ่นหอมนาน ๆ เพราะเป็นที่ต้องการของลูกค้า

5. ควรตอบโจทย์ให้ได้ว่ามะปรางมีสรรพคุณช่วยในการนอนผิว หรือ ช่วยให้ผิวสดใสเปล่งปลั่งได้หรือไม่อย่างไร

6. ควรทำเป็นเทียนหอมในรูปของมะปรางและมะปรางรีวจะช่วยให้มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมะปรางที่หลากหลาย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้นำและตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ต. โคกกรวด อ.ปากพลี จ. นครนายก ผู้เชี่ยวชาญทางการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครนายก ตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชรที่เข้าร่วมในการอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครนายก การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์จัดเรียงแต่ละประเด็นแล้วเขียนเป็นความเรียง ส่วนแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้นำเสนอหัวข้อ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการศึกษา
3. ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกมะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่และศึกษาแนวทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะปรางของชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ต.โคกกรวด อ.ปากพลี จ.นครนายก ผู้วิจัยสรุปสาระสำคัญในการศึกษา ดังนี้

5.1.1 ผลการศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

1) ผลจากการสัมภาษณ์ผู้นำและตัวแทนในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ต.โคกกรวด อ.ปากพลี จ.นครนายก ผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร ที่ทำกันอยู่เป็นประจำมาช้านานและทำกันเกือบทุกครัวเรือนในอดีตได้แก่ ไม้กวาดดอกหญ้าที่ทำจากหญ้าดอกหญ้าพวงช้าง แต่ปัจจุบันจำนวนลดลงเนื่องจากผู้ที่เคยทำในอดีตมีอายุมากขึ้นบางคนเสียชีวิตบางคนเลิกทำไปเอง ลูกหลานรุ่นหลังบางคนครอบครัวไม่ได้สานต่อ เนื่องจากไปทำงานตามโรงงานต่าง ๆ ที่ไม่ไกลจากที่พักมากนักและมีรายได้มั่นคงและอีกประการหนึ่ง คือ พ่อค้าคนกลางหรือนายทุนที่เคยนำดอกหญ้าพร้อมอุปกรณ์ในการทำไม้กวาดมาส่งให้ถึงบ้านในอดีตมีจำนวนลดน้อยลง จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การประกอบกิจการทำไม้กวาดในชุมชนลดลง น่าจะมีการทำผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มาทดแทนผลิตภัณฑ์ไม้กวาดของเดิมบ้าง คนในชุมชนมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด ส่วนมากต้องการสบู่ทำความสะอาดร่างกาย ทั้งสบู่ก้อน สบู่เหลวและครีมอาบน้ำเพื่อเป็นทางเลือกให้กับคนในชุมชนที่มีความหลากหลาย ครีมล้างมือ แชมพูสระผม น้ำยาล้างภาชนะ น้ำยาซักผ้าและเครื่องนุ่งห่ม สำหรับสบู่ก้อนผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวส่วนมากต้องการทั้งสีขุ่นและสีใสเพื่อให้ได้เป็นทางเลือกของคนในชุมชน รูปร่างเหมือนลูกมะพร้าวจะยิ่งดีเพราะดูเหมือนมะพร้าวจริง ๆ หรือเป็นรูปร่างโค้งเป็นหลังเต่าจะจับได้เหมาะมือที่สุด รองลงมา เป็นรูปร่างสี่เหลี่ยม สีของสบู่ก้อนควรเป็นสีใกล้เคียงกับสีของมะพร้าวที่สุกแล้ว คือ สีเหลืองอมส้มสวยงาม มีเนื้อนุ่ม ไม่แข็งกระด้าง กลิ่นที่ผสมในสบู่ก้อนควรเป็นกลิ่นที่หอมเหมือนสบู่หอมอื่น ๆ แต่ให้มึกลิ่นอ่อน ๆ ไม่ควรมีกลิ่นรุนแรง เพื่อป้องกันอาการแพ้ น้ำหอมของบางคน ส่วนมากเห็นด้วยกับการมีลวดลายเป็นร่องเป็นริ้วสวยงามบนก้อนสบู่จะช่วยให้สวย สร้างความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และถ้าทำลวดลายเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ประจำของชุมชนเพื่อสร้างเป็นแบรนด์ของชุมชนได้จะยิ่งดีกว่าสบู่เรียบ ๆ และยังสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนได้อีกทางหนึ่ง สำหรับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าส่วนมากมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องกระดาษสามารถเปิดด้านหน้าได้ ถ้ามีแผ่นใสปิดด้านหน้าเพื่อให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจนไม่ต้องแกะกล่องออกมาดูทั้งหมด

2) จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครนายกข้อมูลทั่วไปโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตจากมะพร้าวมากที่สุด คือ สบู่ที่มีลวดลายสวยงาม รองลงมา คือ ครีมบำรุงผิว ครีมอาบน้ำ รูปทรงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวมีความต้องการมากที่สุด คือ รูปทรงรี รองลงมา คือ รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า รูปทรงแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว มีความต้องการมากที่สุด คือ รูปทรงรี รองลงมา คือ รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ความต้องการเกี่ยวกับเกี่ยวกับแนวทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายกในภาพรวม พบว่า มีความต้องการการจัดการด้านราคามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับความต้องการในแต่ละด้าน พบว่า ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ มีความต้องการผลิตภัณฑ์มาจากธรรมชาติเชื่อมั่นในความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมา คือ ฉลากบรรจุภัณฑ์ระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ความต้องการด้านราคา มีการให้ความสำคัญถึงประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปมาก

ที่สุด รองลงมา คือ มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน ความต้องการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการให้ความสำคัญถึงทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อมากที่สุด รองลงมา คือ มีตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นช่วยให้หาซื้อได้ และความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด มีความต้องการการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้รู้จักเป็นอย่างดีมากที่สุด รองลงมา คือ มีการลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก

5.1.2 ผลการศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองสกัดมะพร้าวด้วยตัวทำละลายอินทรีย์ โดยเนื้อมะพร้าวที่ผ่านการคั้นน้ำออก 1 กิโลกรัม สกัดด้วยวิธีการหมัก (Maceration) ด้วยตัวทำละลายอินทรีย์ 99.99% เอทานอล กรองด้วยกระดาษกรอง Whatman เบอร์ 1 ระเหยตัวทำละลายด้วยเครื่องระเหยสารแบบลดความดัน ได้สารสกัด 227 กรัม คิดเป็นร้อยละโดยน้ำหนัก (% yield) 22.7 จากนั้นทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH Radical Scavenging Assay และค่า IC_{50} แล้วสร้างกราฟระหว่างความเข้มข้นของสารสกัดมะพร้าวและร้อยละของฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ เพื่อหาค่า IC_{50} จากกราฟได้สมการเส้นตรง $y = 0.6822x$ โดยค่า y คือ ร้อยละของความสามารถในการยับยั้งอนุมูลอิสระของสารสกัดมะพร้าว ค่า x คือ ความเข้มข้นของสารสกัดมะพร้าว หาค่าความเข้มข้นของสารสกัดมะพร้าวที่สามารถยับยั้งอนุมูลอิสระได้ร้อยละ 50 (IC_{50}) โดยแทนค่า $y = 50$ ลงในสมการ ได้ค่า $x = 73.29$ ค่า $IC_{50} = 73.29$ ไมโครกรัม/มิลลิลิตร จากนั้นเติมสารสกัดมะพร้าวที่ความเข้มข้น 10 เท่าของค่า IC_{50} คือ ใน 1 กรัมของสบู่ เติมสารสกัดมะพร้าวเท่ากับ 732.9 ไมโครกรัม ดังนั้น เนื้อสบู่ 1 กิโลกรัม จึงเติมสารสกัดมะพร้าว 0.7329 กรัม แล้วตั้งตำรับสบู่ผสมสารสกัดมะพร้าวโดยใช้เบสสบู่ทั้ง 2 แบบ คือ เบสสบู่แบบซุนและแบบใสหนัก 1 กิโลกรัม เติมสีและกลิ่นนำสบู่ทั้ง 12 ตำรับ ไปทดสอบการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่

ผู้วิจัยนำสบู่ 12 ตำรับที่มีเนื้อสัมผัส สีและกลิ่นที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อยไปสอบถามการยอมรับของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่จำนวน 12 คน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41–50 ปี จบการศึกษาชั้นสูงสุด คือปริญญาโทและมีประสบการณ์ด้านการแกะสลักมากกว่า 20 ปี ผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว ด้านสีของสบู่เหมือนกับสีของมะพร้าวมีการยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ชนิด S2C2 ด้านความเป็นเนื้อเดียวกันของสบู่ ยอมรับชนิด ชนิด S2C2 ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ชนิด S1C2 ด้านผิวสัมผัสของสบู่ที่ง่ายต่อการแกะสลักรีวมีการยอมรับในระดับมากที่สุดทุกชนิด โดยยอมรับชนิด S2C2 รองลงมา คือ ชนิด S1C2 ด้านกลิ่นของสบู่ ยอมรับกลิ่น P3 มากที่สุด รองลงมา คือ กลิ่น P1 ด้านความเหมาะสมที่จะนำมาประดิษฐ์เป็นมะพร้าวรีว ยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ชนิด S2C2 ด้านความพอใจในรูปลักษณะของสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว ยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ชนิด S2C2 และด้านความชอบโดยรวม มีการยอมรับชนิด S1C2 ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ชนิด S2C2 สำหรับลายรีวที่เหมาะสมสำหรับการแกะสลักเป็นมะพร้าวรีวประดิษฐ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ พบว่า ลายรีวตรงมีความ

เหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ ลายริ้วเกลียว ลายริ้วใบไม้ ลายริ้วหอยเชลล์และลายริ้วหอยแครง ตามลำดับ

ผู้วิจัยนำผลการยอมรับในเนื้อสบู่มผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวของผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ ที่ยอมรับลำดับ 1 และลำดับ 2 ทุกด้าน คือ ชนิด S1C2 ที่มีลักษณะของเนื้อสีขุ่นและชนิด S2C2 ที่มีลักษณะเนื้อสีใสและมีสีใกล้เคียงสีของมะพร้าวมากที่สุด นำไปอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่และการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว โดยการสลักสบู่ให้เป็นลายมะพร้าวด้วยลายริ้ว 3 ลำดับแรก ที่ได้รับการจัดลำดับจากผู้เชี่ยวชาญการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ คือ ลายริ้วตรง ลายริ้วเกลียวและลายริ้วใบไม้ให้กับสมาชิกที่เข้าอบรมเชิงปฏิบัติการของชุมชนบ้านพรหมเพชร หลังจากนั้นผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นจากผู้เข้าอบรมเกี่ยวกับการทำสบู่และการมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ พบว่า มีการให้ความสำคัญต่อด้านการใช้วัสดุท้องถิ่นในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการดำรงลักษณะของศิลปหัตถกรรม ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์ และด้านความสวยงาม ตามลำดับ

5.1.3 ผลการศึกษาแนวทางในการทำการตลาด ในการจัดจำหน่ายมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

จากการสนทนากลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเกี่ยวกับสบู่ สบู่สมุนไพรและเครื่องสำอางในจังหวัดนครนายกและหน่วยงานราชการจังหวัดนครนายก คือ ตัวแทนพาณิชย์จังหวัดนครนายกและตัวแทนพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก ผลสรุปที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ลักษณะสบู่ที่ทำรูปร่างคล้ายผลไม้หรือเลียนแบบของจริงที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมีหลายชนิด เช่น ลูกมะพร้าวผ่าครึ่งลูก ลูกมะเฟือง กล้วยหอม มังคุด ฯลฯ สำหรับมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นแนวความคิดที่ดีและทำได้สวยงาม มองดูสีและรูปลักษณ์สวยงามเห็นแล้วจะรู้ทันทีว่าเป็นมะพร้าว ลายริ้วควรเพิ่มรูปแบบและลายให้มากกว่า 3 แบบที่ทำเพื่อให้มีความหลากหลาย ควรทำเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครนายกให้ได้ ควรทำทั้ง 2 แบบ คือ มะพร้าวที่ยังไม่ปอกริ้วและมะพร้าวที่ปอกริ้ว สำหรับการทำมะพร้าวเนื้อสบู่อ่อนนุ่มทำให้สีเหมือนมะพร้าวมากกว่าและเป็นมะพร้าวที่ยังไม่ปอกแต่สบู่เนื้อใสจะเหมือนมะพร้าวที่ปอกริ้วเรียบร้อยแล้วแช่น้ำเชื่อมจะใสสวยงาม กลิ่นของสบู่ควรทำให้มีกลิ่นหอมและให้หอมอยู่นาน ควรให้ได้กลิ่นที่ใกล้เคียงมะพร้าวมากที่สุดจึงจะดี การทำลายริ้วที่ละเอียดจะทำให้ต้นทุนสูงเนื่องจากเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความปราณีตในการทำงาน ที่สำคัญชาวบ้านหรือชุมชนที่ทำผลิตภัณฑ์มีความสามารถสกัดสารจากเนื้อมะพร้าวได้ดี หรือ ผู้ผลิตอาจเปลี่ยนเป็นกะทิทำเป็นบล็อกจากซิลิโคนให้เป็นริ้วสวยงามจะทำได้รวดเร็ว สะอาดและได้คุณภาพและมาตรฐานเดียวกัน

ด้านบรรจุภัณฑ์

การทำบรรจุภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ กล่องบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุควรมีเรื่องราวของสบู่และมะพร้าวและถ้าจะให้ดียิ่งขึ้นควรมีเรื่องราวเกี่ยวกับนครนายกได้ด้วยยิ่งดี การจัดวางก้อนสบู่ที่เป็นมะพร้าวควรเจาะช่องให้วางก้อนสบู่ได้แน่นพอดีไม่มีการเคลื่อนหรือขยับได้ การทำกล่องบรรจุภัณฑ์ถ้าเปิดหน้าต่างมีแผ่นพลาสติกใสให้เห็นผลิตภัณฑ์จะมีราคาสูงและสวยงามและควรหา

วิธีปิดช่องหน้าต่างที่เป็นแผ่นพลาสติกใสเพื่อช่วยให้สีของสบู่มีเวลาการใช้งานนานช่วยให้สีของผลิตภัณฑ์ไม่ซีด สามารถนำไปจัดใส่กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากผ้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานหัตถกรรมจังหวัดนครนายกหรืองานถักได้ด้วยเช่นเดียวกันเป็นการใช้งานจากผลิตภัณฑ์ร่วมกัน หรือจัดผสมกับผลิตภัณฑ์อื่นในกล่องเดียวกัน เช่น จัดรวมกับพิมเสน การระบูนหรืออื่น ๆ เพื่อเป็นเครื่องหอมช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับมะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่ได้

ด้านราคา

มะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ประดิษฐ์ทีละชิ้นทำรูปร่างขึ้นมาเหมือนรูปร่างมะปร่างจริงในขนาดน้ำหนัก 50 กรัม เป็นน้ำหนักของสบู่ขนาดเล็กที่มีจำหน่ายในท้องตลาดซึ่งจะจำหน่ายในราคา 30-50 บาท หรือจัดจำหน่ายในราคา 3 ก้อน 100 บาท ดังนั้น ในการตั้งราคาจำหน่ายโดยเฉพาะถ้าเป็นราคาขายส่งสบู่ที่มีน้ำหนักขนาด 50 กรัม จะขายส่งในราคา 28 บาท ซึ่งการตั้งราคาต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ คือ ค่าต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงานที่เป็นงานฝีมือทำทีละชิ้น ค่าบรรจุภัณฑ์และค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องให้ร้านค้าที่นำไปฝากจำหน่ายกลุ่มผลิตมะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่ควรตั้งให้ราคาสูงขึ้นกว่าสบู่อื่น ๆ คือ ประมาณก้อนละ 50 บาท จึงจะคุ้มค่าต่อการประดิษฐ์

ด้านการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์มะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ต้องสลักให้มีรูสวยงามได้ที่ละชิ้น ถ้าทำเป็นการค้าโดยการจัดวางจำหน่ายเพียงอย่างเดียวจะจำหน่ายได้น้อยไม่คุ้มค่ากับการเสียเวลาประดิษฐ์ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายของพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายกจะมีการส่งเสริมการตลาด มีการจัดตลาดนัดชุมชน จัดงานเทศกาลต่างๆ ของจังหวัด มีร้านประชารัฐสุขใจ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครนายกและพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายกให้ความร่วมมือเป็นตัวกลางประสานกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ให้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งทางจังหวัดนครนายกจะมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน 5 หน่วยงาน คือ พาณิชยจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัดและเกษตรจังหวัด และในจังหวัดนครนายกมีกลุ่มหัตถกรรมในอำเภอปากพลี คือ กลุ่มหัตถกรรมไทยพวนเป็นกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานวัฒนธรรมและหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัดจัดให้มีกิจกรรมเคลื่อนไหวหลายอย่างมีหน่วยงานราชการไปศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก ดังนั้น กลุ่มที่ผลิตมะปร่างรีวประดิษฐ์ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของไทย จัดกิจกรรมเคลื่อนไหวร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมไทยพวนจังหวัดนครนายกโดยจัดให้เป็นศูนย์การเรียนรู้การแกะสลักมะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมขั้นตอนการทำที่ต้องประณีตและสวยงามพร้อมจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่จะได้ราคาที่สูงขึ้นและการจัดจำหน่ายอีกทางหนึ่ง คือ การจัดวางจำหน่ายในร้านนารายณ์ภัณฑ์และจัดวางจำหน่ายในร้านต่าง ๆ ในสนามบินใต้ซึ่งส่วนมากจะจำหน่ายให้กับชาวต่างชาติ เป็นการเผยแพร่ผลงานฝีมือทางวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยได้อีกทางหนึ่ง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 ความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะปร่างรีวประดิษฐ์จากสบู่

ความต้องการสบู่อ่อนผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวส่วนมากต้องการทั้งสีขุ่นและสีใสเพื่อให้ได้เป็นทางเลือกของคนในชุมชน รูปร่างเหมือนลูกมะพร้าวเพราะจะดูเหมือนมะพร้าวจริง ๆ สีของสบู่อ่อนควรเป็นสีใกล้เคียงกับสีของมะพร้าวที่สุกแล้ว คือ สีเหลืองอมส้มสวยงาม ซึ่งเหมาะสมกับจังหวัดนครนายกที่เป็นเมืองและเป็นแหล่งกำเนิดมะพร้าวหลายสายพันธุ์ สบู่อ่อนมีเนื้อนุ่ม ไม่แข็งกระด้าง กลิ่นที่ผสมในสบู่อ่อนควรเป็นกลิ่นที่หอมเหมือนสบู่หอมอื่น ๆ แต่ให้มีกลิ่นอ่อน ๆ สอดคล้องกับ (จอมขวัญ สุวรรณรักษ์และอุดมเดชา พลเยี่ยม, 2555) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสบู่สำหรับใช้ในงานแกะสลักแทนผักและผลไม้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานหัตถกรรมไทย พบว่า นักแกะสลักมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสบู่ด้านความนิ่มของสบู่ ความเหนียวของสบู่และกลิ่นของสบู่ ชุมชนบ้านพรหมเพชรต้องการให้มีลวดลายเป็นร่องเป็นริ้วสวยงามบนก้อนสบู่จะช่วยทำให้สวย สร้างความแปลกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และถ้าทำลวดลายเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ประจำของชุมชนเพื่อสร้างเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและยังสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งน่าจะเป็นการเชื่อมต่อกับความเคยเป็นเอกลักษณ์ในการผลิตไม้กวาดจากดอกหญ้าของชุมชนบ้านพรหมเพชรที่ทำมาช้านานสำหรับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าส่วนมากมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องกระดาษสามารถเปิดด้านหน้าได้ ถ้ามีแผ่นใสปิดด้านหน้าเพื่อให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจนไม่ต้องแกะกล่องออกมาดู ซึ่งตรงกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

5.2.2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ผู้เชี่ยวชาญการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ให้การยอมรับสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าวทั้งด้านสีของสบู่เหมือนกับสีของมะพร้าว ด้านความเป็นเนื้อเดียวกันของสบู่ ด้านผิวสัมผัสของสบู่ที่ง่ายต่อการแกะสลักหรือสอดคล้องกับ (จอมขวัญ สุวรรณรักษ์และอุดมเดชา พลเยี่ยม, 2555) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสบู่สำหรับใช้ในงานแกะสลักแทนผักและผลไม้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานหัตถกรรมไทย พบว่า สบู่แกะสลักมีลักษณะทั่วไป ประณีต สวยงามมีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนที่เหมาะสม ไม่แตกหรือร้าว ไม่มีรา ไม่ปรากฏสบู่เป็นขุยหรือรอยมีดให้เห็นอย่างชัดเจนทำให้ชิ้นงานขาดความสวยงามสำหรับลายริ้วที่เหมาะสมสำหรับการแกะสลักเป็นมะพร้าวริ้ว คือ ลายริ้วตรง ลายริ้วเกลียว ลายริ้วใบไม้ ซึ่งตรงกับที่มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านการแกะสลักหลายคนที่จะสลักลายริ้วมะพร้าวที่ง่ายและส่วนมากจะสลักริ้วมะพร้าว คือ ลายริ้วเกลียว ลายริ้วตรง ลายริ้วใบไม้ ลายริ้วคดกริช ลายริ้วกาบหอย ลายริ้วลายเกล็ดเต่า ลายริ้วหอยแครง ฯลฯ ผู้อบรมเชิงปฏิบัติการของชุมชนบ้านพรหมเพชร มีความคิดเห็นที่สำคัญ คือ มีการให้ความสำคัญต่อด้านการใช้วัสดุท้องถิ่นในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับหัตถกรรมพื้นบ้านมีลักษณะเฉพาะตัวที่หาได้ง่าย เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของงานพื้นบ้านเนื่องจากในแต่ละท้องถิ่นมีทรัพยากรธรรมชาติแวดล้อมในการอยู่อาศัยไม่เหมือนกันซึ่งวัสดุในท้องถิ่นจังหวัดนครนายกที่ขึ้นชื่อที่สุดคือมะพร้าวที่นำส่วนที่ไม่มีคุณภาพแล้วนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ (สุพิศพรรณ วัฒนเทพินทร์และชูติระ ระบอบ, 2555) ทำโครงการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป OTOP พบว่าจุดแข็งที่สำคัญ ได้แก่ ประการแรก การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้น ประการที่สอง จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งพืชผลทางการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ทำให้มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพสำหรับการแปรรูป รองลงมา คือ ด้านการดำรงลักษณะของศิลปหัตถกรรม ตรงกับงานแกะสลัก

มะพร้าวเป็นงานฝีมือและวัฒนธรรมของไทยมาช้านาน สอดคล้องกับ(กริธากร แสงสกุล, 2555) ทำวิจัยเรื่อง หัตถกรรมดินไทย : กรณีศึกษางานหัตถกรรมดินไทย OTOP ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม นนทบุรีและกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลิตภัณฑ์ดินไทยเป็นงานที่เสริมรายได้ให้แก่ครอบครัว ชุมชน สร้างความรัก ความสามัคคี ประองตองกัน มีกิจกรรมร่วมกันในชุมชน คนในชุมชนรักถิ่นฐานบ้านเกิด ผลงานมีคุณค่าทางความงาม เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและยังคงความเป็นเอกลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม

5.2.3 แนวทางการทำการตลาดในการจัดจำหน่ายมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ด้านผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นแนวความคิดที่ดี สีและรูปลักษณ์สวยงามเห็นแล้วจะรู้ทันทีว่าเป็นมะพร้าว ควรทำทั้ง 2 แบบ คือ มะพร้าวที่ยังไม่ปอกกริวและมะพร้าวที่ปอกกริว สำหรับการทำมะพร้าวเนื้อสบู่สีชุ่นทำให้สีเหมือนมะพร้าวมากกว่าและเป็นมะพร้าวที่ยังไม่ปอกแต่สบู่เนื้อใสจะเหมือนมะพร้าวที่ปอกกริวเรียบร้อยแล้วแช่น้ำเชื่อมจะใสสวยงาม ด้านบรรจุภัณฑ์การทำกล่องบรรจุภัณฑ์ถ้าเปิดหน้าต่างมีแผ่นพลาสติกใสให้เห็นผลิตภัณฑ์จะมีราคาสูงและสวยงาม ด้านราคา มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ประดิษฐ์ทีละชิ้นทำรูปร่างขึ้นมาเหมือนรูปร่างมะพร้าวจริงในขนาดน้ำหนัก 50 กรัม ควรตั้งให้ราคาสูงขึ้นกว่าสบู่อื่นๆคือประมาณก้อนละ 50 บาท จึงจะคุ้มค่าต่อการประดิษฐ์ ซึ่งสอดคล้องกับ (กริธากร แสงสกุล, 2555) ทำวิจัยเรื่อง หัตถกรรมดินไทย : กรณีศึกษางานหัตถกรรมดินไทย OTOP ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม นนทบุรีและกรุงเทพมหานคร พบว่า จะมีการกำหนดราคาในรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยกลุ่มเหมือนกันโดยขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ รูปแบบความยากง่ายของผลิตภัณฑ์และระยะเวลาในการทำเป็นตัวกำหนดของราคา ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดทั้ง 3 กลุ่ม ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่เป็นงานฝีมือที่ต้องสลักให้มีรูปร่างสวยได้ทีละชิ้นการจัดวางจำหน่ายในร้านนารายณ์ภัณฑ์และจัดวางจำหน่ายในร้านต่าง ๆ ในสนามบินได้ซึ่งส่วนมากจะจำหน่ายให้กับชาวต่างชาติ เป็นการเผยแพร่ผลงานฝีมือทางวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยสอดคล้องกับที่งานหัตถกรรมจะมีการพัฒนารูปแบบไปตามการพัฒนาฝีมือซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและทักษะ ส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทางศิลปะที่สืบทอดต่อกันมายาวนาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรต่อยอดสบู่ผสมสารสกัดจากมะพร้าวเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ โดยทำเป็นสบู่ก้อน สีเหลืองแล้วมีมะพร้าวผ่าซีกครึ่งลูกอยู่ในก้อน จะเป็นริ้วให้เป็นลายสวยงามหรือไม่เป็นริ้วก็ได้
2. สบู่ที่ผสมสารสกัดจากมะพร้าวควรทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่นด้วย เช่น ครีมอาบน้ำจะช่วยถนอมผิวได้ดีกว่า ยาสระผม ฯลฯ
3. ควรทำให้น้ำสบู่มีกลิ่นหอมนาน ๆ เพราะเป็นที่ต้องการของลูกค้า
4. ควรทำเป็นเทียนหอมในรูปของมะพร้าวและมะพร้าวริ้วจะช่วยให้มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมะพร้าวที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื้อมะพร้าวไม่มีกลิ่นมากการสกัดกลิ่นจะลำบากและสิ้นเปลืองมากเพราะมะพร้าวมีกลิ่นน้อยอาจหาวิธีสกัดกลิ่นจากใบมะพร้าวเพื่อนำมาใช้ผสมในสบู่ให้ได้กลิ่นของมะพร้าวจริง
2. ควรทดลองมะพร้าวมีสรรพคุณช่วยในการถอนอมฝิ่น หรือ ช่วยให้ฝิ่นสลายเปลี่ยนแปลงปลั่งได้หรือไม่อย่างไร ในรายละเอียดมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กษม อมันตกุล. (2546). การศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสินค้าของที่ระลึก ของ เลื่องसान จังหวัดฉะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กรีฑากร แสงสกุล. (2555). หัตถกรรมดินไทย : กรณีศึกษางานหัตถกรรมดินไทย OTOP ในเขต จังหวัดสมุทรสงคราม นนทบุรีและกรุงเทพมหานคร. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชา ศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จอมขวัญ สุวรรณรักษ์และอุดมเดชา พลเยี่ยม. (2555). การพัฒนาสบู่สำหรับใช้ในงานแกะสลักผัก และผลไม้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในงานหัตถกรรมไทย. การวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2555, กรุงเทพฯ : คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ส.เอเชีย เพรส.
- ชัยณรงค์ เจริญพานิชย์กุล. (2532). กิจกรรมศิลปะเด็กอนุบาล. กรุงเทพฯ : แพลน ลิซซิ่ง.
- ณภัทร ทองแย้ม. (2551). การปกอก คั่วาน งานแกะสลัก. กรุงเทพฯ : บริษัท บอสส์การพิมพ์ จำกัด.
- ดวงใจ ธรรมนิทานนท์. (2557). กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- दनัย จันทรฉาย. (2547). เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z : แนวคิดที่ผู้จัดการต้องรู้ซึ่ง. กรุงเทพฯ : ดี เอ็ม จี.
- ทองอินทร์ ถือมัน. (2555). รายงานผลการดำเนินงานเรื่องโครงการส่งเสริมพัฒนาการผลิตมะพร้าวหวาน มะยงชิด อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ปี 2553. นครนายก.
- ธีรชัย สุขสด. (2545). การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นวนน้อย บุญวงศ์. (2539). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญทิพา เตชะทรงคุณ. (2556). ผลของการจัดกิจกรรมศิลปะประดิษฐ์ที่มีต่อการพูดอย่างมีโครงสร้างของเด็กปฐมวัย. ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาการศึกษาปฐมวัย, กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปัทมา เลาสินณรงค์. (2555). รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ชาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ประภัสสร ทองยินดี เข้าถึงได้จาก <http://www.stou.ac.th/study/sumrit/>

ปัทมวรรณ สถาพร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคไทย. เข้าถึงได้จาก <http://www.positioningmag.com/content/59104>

ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง. (2558). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากเศษไม้. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พนารัช ปรีดากรณ์. (2549). การประเมินผลความสำเร็จเชิงผลลัพธ์และเป้าหมายสูงสุดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ภาคกลาง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พิบูล ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟิก.

พิพัฒน์พงษ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา. เข้าถึงได้จาก <http://www.reurnthai.com/index.php?topic>.

พิรวลี ชมโลก. (2550). การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใยกล้วยขง. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2544). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. (2553). เข้าถึงได้จาก

http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content

มณีรัตน์ จันทนะพะลิน,รศ. (2537). ปลายเสลามาปะรางรีว. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.

มโน พิสุทธิรัตนานนท์. (2539). เอกสารประกอบการสอน วิชาศิลปะพื้นบ้าน. สงขลา : ภาควิชาทัศนศิลป์ศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร ภาควิชา.

มารุต อัมรานนท์. (2533). ศิลปะพื้นบ้าน. เอกสารประกอบการสอน ภาควิชาศิลปะและวัฒนธรรม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี : เอกสารอัดสำเนา.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546.) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพ.ศ.2542 อ่านอย่างไรเขียนอย่างไร ฉบับราชบัณฑิตยสถาน(แก้ไขเพิ่มเติม). พิมพ์ครั้งที่ 16, กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.

วารุณี ตันติวังศ์วานิชและคณะ. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทเพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2539). เครื่องจักสานในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โอ.เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2532). ศิลปหัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2535). ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.

- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2554) ผลิตศิลป์น้อย คู่มือการจัดการศึกษาสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษด้านทัศนศิลป์. กรุงเทพฯ : ศูนย์แห่งชาติเพื่อพัฒนาผู้มีความสามารถพิเศษ.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2539.) ศิลปศึกษา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วิไลดา เตชะเวช. (2547). คุณค่าการตลาดทำหยาความสำเร็จธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ชัย บุญยศศักดิ์. (2532). ศิลปหัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2549). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพีร์ ลี้มไทย, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html [24 ธันวาคม 2555].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). ความหมายของส่วนประสมการตลาด. เข้าถึงได้จาก http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html [24 ธันวาคม 2555].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2552). ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. เข้าถึง ได้จาก http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/blog-post_5375.html.
- สนธยา ชำนะ กลุ่มบ้านสมุนไพร เข้าถึงได้จาก <http://kiriwonggroup.com/herb-made.html>
- สมพงษ์ เจษฎาธรรมสถิตและคณะ. (2542). การศึกษากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สัตยา สายเชื้อ. (2540). กิจกรรมศิลปะสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สาคร คันธโชติ. (2538). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 23 เรื่องที่ 1 ภูมิปัญญาไทย
- สุรางค์ กิตติกาญจนรักษ์ เข้าถึงได้จาก <http://www.dit.go.th/contentdetail.asp?ID>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.
- สุพิศพรรณ วัจนเทพินทร์และชุตีระ ระบอบ. (2555). “โครงการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป OTOP จังหวัดนครนายก” วารสาร มฉก. วิชาการ 90 ปีที่ 15 ฉบับที่ : 30 มกราคม-มิถุนายน 2555.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2540:1) เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/aunpanya34/>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อัมพวรรณ แสตรัมย์. (2552). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่แกะสลักกลิ่นสมุนไพรจากเศษสบู่เหลือใช้เพื่อ

เป็นสินค้า OTOP ชุมชนตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท(สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร.

อารี พันธุ์มณี. (2545). ฝึกให้คิดเป็นคิดให้สร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : ไยไหมศรีเอทีพี กรุ๊ป.

<http://www.busbuddythailand.com/smf/index.php?topic>

<http://www.tat8.com/cms/index.php/nakhonnayok/>

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). Marketing an introduction. 9th ed. New Jersey : Pearson Prentice-Hall.

Chematomy, L. & Harris, F. (1998). Aded Valure : its nature, Rale and Sustianability. European journal of Marketing, n.p.

Etzel, Michael J. ; Walker, Bruce J. & Starton, William J. (2007). Marketing. 14th ed. Boston : McGraw- Hill.

Home Pro. (2558). Store location. เข้าถึงได้จาก <http://www.homepro.co.th/en/storelocation?>

Kotler, P. (1997). Marketing management, analysis, planning, implementation, and control (9thed.). New Jersey: A Simon & Schuster company.

Kotler, P. and Keller, Kevin. (2009). Marketing Management. 13th Edition. New Jersey : Prentice- Hall.

Kotler, P. and Armstrong, G. (2004). Principles of Marketing. 10th ed. Upper Saddle River, N. J. : Pearson Prentice-Hall.

Nilson. (1992). Creating Costomer Value. The part to Sustainable Competitive Advantage, Thompson Executive Press. OH.

Peter, J.P., & Olson, J.C. (1996). Consumer behavior and marketing strategy(4thed.). Chicago: Irwin.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามในการวิจัย

เรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่และแนวทางในการทำการตลาด จึงขอความร่วมมือจากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามอย่างอิสระตามความเป็นจริง ซึ่งผู้วิจัยจะนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ในภาพรวม การตอบแบบสอบถามครั้งนี้ไม่มีข้อถูกหรือผิดและไม่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ทุกด้านของท่าน แต่มีประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก ที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

ตอนที่ 2 แนวทางในการทำการตลาด ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงโปรดเติม ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

(1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ

(1) น้อยกว่า 25 ปี (2) 25 - 30 ปี (3) 31 - 35 ปี

(4) 36 - 40 ปี (5) 41 - 45 ปี (6) 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรี

(3) ปริญญาโท (4) ปริญญาเอก

4. ชุมชนของท่านต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผลิตผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ในผลิตภัณฑ์ใด

- (1) ครีมบำรุงผิว (2) สบู่ที่มีลวดลายสวยงาม (3) ครีมอาบน้ำ
 (4) แชมพู (5) ยาสีฟัน (6) อื่น ๆ โปรดระบุ

5. ชุมชนของท่านต้องการรูปทรงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ในลักษณะใด (เรียงลำดับ 3 อันดับแรก)

- (1) รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า (2) รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส (3) รูปทรงสามเหลี่ยม
 (4) รูปทรงกระบอก (5) รูปทรงรี (6) อื่น ๆ โปรดระบุ

6. ชุมชนของท่านต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว ในลักษณะใด (เรียงลำดับ 3 อันดับแรก)

- (1) รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า (2) รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส (3) รูปทรงสามเหลี่ยม
 (4) รูปทรงกระบอก (5) รูปทรงรี (6) อื่น ๆ โปรดระบุ

7. รายได้ต่อเดือน (บาท)

- (1) ต่ำกว่า 5,000 (2) 5,000 – 10,000 (3) 10,001 – 15,000
 (4) 15,001 – 20,000 (5) 20,001 – 25,000 (6) 25,001 – 30,000
 (7) มากกว่า 30,000

ตอนที่ 2 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดโดยกำหนดค่าคะแนน 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ท่านมีความต้องการที่ตรงกับความจริงมากที่สุด
 4 หมายถึง ท่านมีความต้องการที่ตรงกับความจริงมาก
 3 หมายถึง ท่านมีความต้องการที่ตรงกับความจริงปานกลาง
 2 หมายถึง ท่านมีความต้องการที่ตรงกับความจริงน้อย
 1 หมายถึง ท่านมีความต้องการที่ตรงกับความจริงน้อยที่สุด

ข้อความ	ระดับความต้องการ				
	1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์					
ท่านต้องการผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่					
ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ					
ผลิตภัณฑ์มีขนาดและปริมาณที่เหมาะสม					
ฉลากบรรจุภัณฑ์ระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน					

ข้อความ	ระดับความต้องการ				
	1	2	3	4	5
บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สี สัน สวยงาม					
ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอม					
ผลิตภัณฑ์มาจากธรรมชาติเชื่อมั่นในความปลอดภัย					
ด้านราคา					
ท่านต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัด นครนายก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่					
ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ					
ราคาเหมาะสมกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การบำรุงผิวพรรณ บำรุงสุขภาพ					
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน					
ราคาเหมาะสมกับกำลังการซื้อ (ราคาไม่แพง)					
ประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ท่านต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัด นครนายก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่					
ทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางมาซื้อ					
มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ เช่น Facebook, line					
มีตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นช่วยให้หาซื้อได้ง่าย					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ท่านต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัด นครนายก มะพร้าวรีวประดิษฐ์จากสบู่					
มีการลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก					
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้รู้จักเป็นอย่างดี					
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์					
พนักงานขายให้คำแนะนำประโยชน์ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด					
มีการลดราคาตามเทศกาลที่เหมาะสม เช่น เทศกาลปีใหม่ วันแม่ เป็นต้น					
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดแลก แจก แถม					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่าน

แบบสอบถามการยอมรับของผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย

เรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จากสปู
คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามงานวิจัยสำรวจการยอมรับการทำสปูผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าวเนื่องจากเนื้อมะพร้าวช่วยให้ผิวเปล่งปลั่งเมื่อได้เนื้อสปูตามต้องการแล้วนำไปประดิษฐ์เป็นมะพร้าว คำตอบที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปพัฒนาการทำงานวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามชุดนี้ออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การยอมรับสปูผสมเนื้อมะพร้าว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นลายรีวบนสปู

ขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน โดยข้อมูลทั้งหมดจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ขอแสดงความนับถือ
ผู้ดำเนินการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุ
 - น้อยกว่า 30 ปี
 - 30 - 40 ปี
 - 41 - 50 ปี
 - 51 - 60 ปี
 - มากกว่า 60 ปี
3. ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท
 - ปริญญาเอก
4. ประสบการณ์ด้านการแกะสลัก
 - น้อยกว่า 5 ปี
 - 5-10 ปี
 - 11-15 ปี
 - 16-20 ปี
 - มากกว่า 20 ปี

ส่วนที่ 2 การยอมรับสบู่อผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ลงในช่องระดับการยอมรับหรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเนื้อสบู่อผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว เพื่อการนำไปแกะสลักเป็นริ้วคำตอบที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปพัฒนาการทำงานวิจัย ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ

- 4 หมายถึง ยอมรับมากที่สุด
- 3 หมายถึง ยอมรับมาก
- 2 หมายถึง ยอมรับน้อย
- 1 หมายถึง ยอมรับน้อยที่สุด




คุณลักษณะของสบู่	ระดับการยอมรับ			
	4	3	2	1
1. สีของสบู่เหมือนกับสีของมะพร้าว				
S1C1				



S1C2				
S2C1				
S2C2				
2. ความเป็นเนื้อเดียวกันของสปู				
S1C1				
S1C2				
S2C1				
S2C2				
คุณลักษณะของสปู	ระดับการยอมรับ			
	4	3	2	1
3. ผิวสัมผัสของสปูที่ง่ายต่อการแกะสลักรีว				
S1C1				
S1C2				
S2C1				
S2C2				
4. กลิ่นของสปู				
P1				
P2				
P3				
5. ความเหมาะสมที่จะนำมาประดิษฐ์เป็นมะพร้าวรีว				
S1C1				
S1C2				
S2C1				
S2C2				
6. ความพอใจในรูปลักษณะของสปูผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว				
S1C1				
S1C2				
S2C1				
S2C2				
7. ความชอบโดยรวม				
S1C1				
S1C2				
S2C1				
S2C2				

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับลวดลายริ้วบนสปู่

คำชี้แจง โปรดใส่ลำดับลวดลายริ้วที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่จะนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนในการแกะสลักบนสปู่เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์มะพร้าวริ้วประดิษฐ์จากสปู่

แบบสอบถามเกี่ยวกับลวดลายริ้วบนสปู่ คำตอบที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปพัฒนาการทำงานวิจัย ผู้วิจัยได้นำลวดลายมะพร้าวริ้วที่เป็นที่รู้จักกันเป็นส่วนมาก จำนวน 5 ลาย คือ

ลายริ้วบนสปู่	ลำดับที่
ลายริ้วที่ 1 ลายริ้วตรง 	
ลายริ้วที่ 2 ลายริ้วเกลียว 	
ลายริ้วที่ 3 ลายริ้วใบไม้ 	

<p>ลายริ้วที่ 4 ลายริ้วหอยแครง</p> 	
<p>ลายริ้วที่ 5 ลายริ้วหอยเซลล์</p> 	

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบคำ

ลงชื่อ.....
(.....)

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จาก

สบู่

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวและการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่ เพื่อการออกแบบและพัฒนาต่อไป คำตอบที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปพัฒนาการทำงานวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามชุดนี้ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน โดยข้อมูลทั้งหมดจะเสนอเป็นภาพรวมไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ดำเนินการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุ
 - น้อยกว่า 20 ปี
 - 20-30 ปี
 - 31-40 ปี
 - 41-50 ปี
 - 51-60 ปี
 - มากกว่า 60 ปี
3. สถานภาพ
 - โสด
 - สมรส
 - หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด
 - ประถมศึกษา
 - มัธยมศึกษา
 - ปวส./อนุปริญญา
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - น้อยกว่า 5,000 บาท
 - 5,000 - 10,000 บาท
 - 10,001 - 15,000 บาท
 - มากกว่า 15,000 บาท
6. ท่านเคยได้เข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มาให้ความรู้ในชุมชนของท่าน
 - ไม่เคยเข้าอบรม
 - เข้าอบรม 1 ครั้ง
 - เข้าอบรม 2 ครั้ง
 - เข้าอบรม 3 ครั้ง
 - เข้าอบรมมากกว่า 3 ครั้ง
7. อาชีพ.....





ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตารางระดับคะแนนที่ท่านเห็นด้วย

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์และการใช้ประโยชน์ ด้านความสวยงาม ด้านการดำรงลักษณะของศิลปะหัตถกรรมและด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น ที่ได้ออกแบบโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ

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

การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่อ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านรูปลักษณะและการใช้ประโยชน์					
1.1 มีรูปลักษณะเหมาะสมกับผลมะพร้าว					
1.2 มีความน่าสนใจต่อผู้พบเห็น					
1.3 ช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนในจังหวัด					
1.4 เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก					
2. ด้านความสวยงาม					
2.1 มีรูปทรงของสบู่อที่สวยงาม					
2.2 มีสีสันของสบู่อที่สวยงาม					
2.3 มีลวดลายรีวที่สวยงาม					
- ลวดลายรีว แบบที่ 1 ลายรีวตรง					
					
- ลวดลายรีว แบบที่ 2 ลายรีวเกลียว					

						
- ลวดลายริ้ว แบบที่ 3 ลายริ้วใบไม้						
การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
3. ด้านการดำรงลักษณะเฉพาะของศิลปหัตถกรรม (ของที่ระลึก มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู)						
3.1 มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของมะพร้าว						
3.2 รูปแบบของมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู ส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมของจังหวัด						
3.3 มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่						
3.4 แบบที่มีระดับความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึก						
- แบบที่ 1 ลายริ้วตรง						
- แบบที่ 2 ลายริ้วเกลียว						

<p>- แบบที่ 3 ลายริ้วใบไม้</p> 					
<p>4. ด้านการใช้วัสดุท้องถิ่น</p>					
<p>4.1 ความเหมาะสมของสบู่วัสดุสกัดจากเนื้อมะพร้าวเพื่อการสลักลาย</p>					
<p>4.2 ส่งเสริมการนำวัสดุท้องถิ่นคือมะพร้าวที่ไม่ได้คุณภาพมาใช้ประโยชน์</p>					
<p>4.3 คุณภาพของวัสดุท้องถิ่นคือการนำสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวที่นำมาผสมในสบู่</p>					
<p>4.4 รูปแบบของสบู่วัสดุสกัดจากเนื้อมะพร้าว</p>					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง พัฒนาศักยภาพที่ลดผลกระทบของที่ระลึกประจำจังหวัดนครนายก : มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

.....

ชื่อผู้วิจัย นางแสงอรุณ เชื้อวณิชชัญญ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....อายุ.....

อาชีพ..... ตำแหน่ง.....

ระดับการศึกษา..... รายได้ต่อเดือน.....

ที่อยู่.....

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบของที่ระลึก

แนวประเด็นคำถาม

1. ปัจจุบันนี้ในชุมชนของท่านมีผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง

.....

2. ถ้าจะทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเกี่ยวกับความสะอาดและความงามในชุมชนของท่าน ทางชุมชนต้องการผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง

ลงชื่อ.....
ผู้ให้ข้อมูล

ขอขอบคุณที่ให้ข้อมูล

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและผู้เข้าร่วมกิจกรรม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญทางการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่

1 ศาสตราจารย์มณีรัตน์ จันทนะพะลิน เกิด 13 พฤศจิกายน 2492

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี กศ.บ. สถาบัน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
- ปริญญาโท (M.D.) Doctor of Medicine สถาบัน ม. โคโลมโบ ประเทศ ศรีลังกา
- ปริญญาเอก (Ph.D.) Complementary Medicine สถาบัน ม. โคโลมโบ ประเทศ ศรีลังกา

สถานที่ทำงาน

ข้าราชการบำนาญ

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. งานสอนทางการแกะสลัก
2. หนังสือชุดมรดกไทย “สลักชิงพริ้งเพรา” “ลายเสลามาปะปรางิ้ว” “เพราพริ้งสบู่หอม”
3. การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการแกะสลักทั้งในและต่างประเทศ
4. กรรมการตัดสินทางด้านการแกะสลักทุกระดับชั้น
5. อื่นๆ

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

1. Floral Artist of Thailand โดยการบินไทย
2. “พระสิทธิดาตองคำ” “เพชรสยาม” ผู้รักความเป็นไทย
3. ผู้มีผลงานดีเด่นด้านวัฒนธรรมด้านศิลปประดิษฐ์,ผู้เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยในประเทศและต่างประเทศ

สถานที่ติดต่อ

1037 ซอยวัดตีตวัด ถ.เจริญสนิทวงศ์ 12 แขวง วัดท่าพระ เขต บางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ
10600
โทร. 086-9055530

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์คณินิจ กัณณะกาญจนะ เกิด 28 มิถุนายน 2493

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี คหกรรมศาสตร์บัณฑิต สถาบัน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร

สถานที่ทำงาน

ข้าราชการบำนาญ

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. ทิวทัศน์วัฒนธรรมด้านศิลปหัตถกรรมดอกไม้สด ใบตองและแกะสลัก จากสำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติและกระทรวงการต่างประเทศตลอดจนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. จัดแสดงผลงานถ่ายทอดการแกะสลักผลไม้เผยแพร่ประเทศไทยทางภาพปฏิทิน, V.D.O. โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและนิตยสารต่างๆ
3. จัดทำหนังสือศิลปะการแกะสลักผักผลไม้ จัดพิมพ์โดย สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
4. เป็นกรรมการตัดสินงานแกะสลักผัก ผลไม้จัดโดยสมาคมพ่อครัวไทย
5. เป็นวิทยากรสอนงานแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่ตามหน่วยงานต่างๆ เช่น บริษัท Voice แห่งประเทศไทย กรมราชทัณฑ์หญิง เพื่อประกอบอาชีพ

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

1. รางวัลหม่อมงามจิตรบุรฉัตร
2. ครูดีเด่นด้านการสอนนอกระบบ ของคุรุสภาและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
3. ครูดีเด่นด้านวัฒนธรรมของสภาวัฒนธรรมราชมงคล
4. ผู้มีผลงานดีเด่นด้านหัตถกรรมจากศูนย์ศิลปาชีพนานาชาติ

สถานที่ติดต่อ

71 หมู่บ้านโชคชัยปัญจทรัพย์ บรมราชชนนี 111 ถนน บรมราชชนนี แขวง ศาลาธรรม
 สारณี่ เขต ทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170 โทร. 02-8888006-7 มือถือ 081-6122011

3. ผศ.ดร.พรยุพรรณ พรสุขสวัสดิ์

เกิด 19 มีนาคม 2513

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี ครุศาสตรบัณฑิต (สาขาคหกรรมศาสตร์) สถาบัน วิทยาลัยครูสวนดุสิต
- ปริญญาโท การบริหารงานวัฒนธรรม สถาบัน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาเอก วัฒนธรรมศาสตร์ สถาบัน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สถานที่ทำงาน

หลักสูตรคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. ร่วมสาธิตงานใบตอง ปอกคว้านมะพร้าวในรายการ ใจใสใจสบาย ตอน รื้ออารมณ์
2. วิทยากรอบรม การปอกคว้านมะพร้าว ณ สวนทิพย์ ปากเกร็ด นนทบุรี

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

1. รางวัลพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ ในการประกวด
 โต๊ะหมู่

2. รางวัลข้าราชการดีเด่น ประจำปี 2558

3. รางวัลศิษย์เก่าดีเด่นด้านงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สถานที่ติดต่อ

47/926 หมู่บ้าน สหพจ ต. ศาลายา อ. พุทธมณฑล จ. นครปฐม โทร. 098-9294956

4. ผศ.ภูษิษย์ สว่างสุข เกิด 24 มกราคม 2513

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สถาบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบัน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่ทำงาน

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. ภูษิษย์ สว่างสุข. 2555. การแกะสลักผักและผลไม้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2. อาจารย์ที่ปรึกษา การแข่งขันทักษะระดับชาติ รางวัลพระราชทานสมเด็จพระนางเจ้า
สิริกิติ์ฯ พระบรมราชินีนาถ ปี 2552-2555 ณ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว ฟอร์จูน กรุงเทพฯ

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

รางวัลวิจัยจากสภาวิจัยแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2554 ประเภทงานวิจัยระดับดี สาขา ปรัชญา
เรื่อง งานดอกไม้ บายศรี แกะสลักผักผลไม้ สมัยสุโขทัยถึงรัตนโกสินทร์

สถานที่ติดต่อ

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง หัวหมาก กรุงเทพฯ
10240

โทร. 02-3108331 มือถือ 086-0552311

5. ผศ.อภิรดี โสพฤกษ์

เกิด 15 มกราคม 2505

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์บัณฑิต สถาบัน สถาบันเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา
- ปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบัน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สถานที่ทำงาน

รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร

ผลงานด้านการแกะสลัก

การแกะสลักมะพร้าว รูปแบบไทยดั้งเดิม

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

รางวัลครูดีเด่นด้านการสอนนอกระบบ โดยหน่วยงานครูสภา

สถานที่ติดต่อ

168 ถนน ศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

มือถือ 081-4948802

7. ผศ. อภิญญา มานะโรจน์

เกิด 10 เมษายน 2505

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี คหกรรมศาสตรบัณฑิต

สถาบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

มงคล

- ปริญญาโท ครุศาสตรมหาบัณฑิต

สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถานที่ทำงาน

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. จัดการเรียนการสอนสื่อทางไกลผ่านดาวเทียมไกลกังวล รายการศิลปะการแกะสลักผัก ผลไม้และสบู่อ
2. จัดการเรียนการสอนด้านการแกะสลักนักศึกษาปริญญาตรี

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

ครูดีเด่น ประจำปี 2552 โดยหน่วยงานครุสภา

สถานที่ติดต่อ

168 ถนน ศรีอยุธยา แขวง วชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

มือถือ 081-9132854

8. ผศ. วินัย ตาระเวทย์ เกิด

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี สถาบัน
- ปริญญาโท สถาบัน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่ทำงาน

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะบุรี

ผลงานด้านการแกะสลัก

วิธีการทำและถ่ายทอดเกี่ยวกับการแกะสลักผักและผลไม้ในหนังสือกุลสตรีและงานฝีมือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2536-2545

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

1. ผู้มีผลงานดีเด่นด้านวัฒนธรรมสาขาคหกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะบุรี
2. รางวัลพระราชทานการแข่งขัน การจัดดอกไม้

สถานที่ติดต่อ

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะบุรี ปทุมธานี
มือถือ 092-2798441

9. อาจารย์ สุภิญญา จันทกุล เกิด 8 เมษายน 2511

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี การศึกษาศาสตรบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์) สถาบัน มศว. ประสานมิตร
- ปริญญาโท ครุศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาครอบครัวและสังคม)
สถาบัน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สถานที่ทำงาน

หัวหน้าสาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. การเผยแพร่ศิลปะการแกะสลักผักและผลไม้โดยได้รับเชิญจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานราชการอื่นๆ ได้แก่ ประเทศจีน อินเดีย พม่า บราซิล อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา
2. การเผยแพร่ศิลปะการแกะสลักผักและผลไม้ต้อนรับผู้นำประเทศต่างๆ ณ ดิกล้านติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

1. ข้าราชการพลเรือนดีเด่น โดยสำนักนายกรัฐมนตรี
2. รางวัลผู้มีผลงานวัฒนธรรมดีเด่น จาก สถาบันวัฒนธรรมราชชมงคลเฉลิมพระเกียรติ
3. รางวัลผู้มีผลงานด้านวัฒนธรรมดีเด่นและบุคคลดีเด่นจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

-
สถานที่ติดต่อ

189/554 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางขุนศรี เขต บางกอกน้อย กรุงเทพฯ
 มือถือ 094-4249419

12. อาจารย์ ศักรินทร์ หงส์รัตนวารกิจ

เกิด 5 กันยายน 2523

ระดับการศึกษา

- ปริญญาตรี คหกรรมศาสตรบัณฑิต สถาบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 มงคล

- ปริญญาโท คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สถาบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 พระนคร

สถานที่ทำงาน

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 มงคล พระนคร

ผลงานด้านการแกะสลัก

1. หนังสือแกะสลักมะละกอพื้นฐาน
2. หนังสือพื้นฐานการแกะสลักฟักทอง
3. หนังสือพื้นฐานการแกะสลักผักและผลไม้
4. หนังสือการแกะ ปอก หั่น ผลไม้
5. หนังสือพื้นฐานการแกะสลักแตงโม
6. หนังสือพื้นฐานการแกะสลักแครอท

รางวัล/เกียรติคุณที่ได้รับ

1. รางวัลเชิดชูเกียรติผู้มีผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมดีเด่น ประจำปี
 2558 ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร

2. รางวัลชนะเลิศ การประกวดแกะสลักผักและผลไม้ผลงานงานใบตอง
ระดับประเทศ จัดโดยสมาคมผลิตภัณฑ์ชุมชนไทย
3. รางวัลเหรียญทอง การประกวดแกะสลักผักและผลไม้ประเภททีม ในงาน
Thaifex-World of Food Asia 2014

สถานที่ติดต่อ

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร กรุงเทพฯ
มือถือ 085-1315096

รายชื่อผู้นำและตัวแทนชุมชนหมู่บ้านพรหมเพชร

1. นายมานิตย์ ประสงค์ดี อายุ 68 ปี อาชีพรับราชการการเมือง ตำแหน่ง นายกองค้การ
บริหารส่วนตำบล การศึกษา ระดับ ปริญญาโท รายได้ 23,000 บาทต่อเดือน
2. เรืออากาศตรีสุนทร คนจริง อายุ 68 ปี อาชีพ ข้าราชการบำนาญและรับราชการ
การเมือง ตำแหน่ง รองนายกองค้การบริหารส่วนตำบล การศึกษา ระดับ ปวช. รายได้ 25,000 บาท
ต่อเดือน
3. นางยุพิน จารัญ อายุ 51 ปี อาชีพ รับจ้าง ตำแหน่ง กำนันตำบลโคกกรวด การศึกษา
ระดับ ปริญญาตรี รายได้ 10,000 บาทต่อเดือน
4. นายเจษฎา ชัยพงษ์ อายุ 49 ปี อาชีพ รับจ้าง ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านพรหมเพชร
การศึกษา ระดับ ปริญญาตรี รายได้ 8,000 บาทต่อเดือน
5. นางวิภารัตน์ แสงนิล อายุ 51 ปี อาชีพ รับจ้าง ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านพรหมเพชร
การศึกษา ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 รายได้ 5,000 บาทต่อเดือน
6. นางนาตยา อืดสมาน อายุ 47 ปี อาชีพ รับจ้าง ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านพรหม
เพชร การศึกษา ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 รายได้ 5,000 บาทต่อเดือน
7. นางสุดใจ วรรณนธ์ อายุ 59 ปี อาชีพ รับราชการ ตำแหน่ง ครูชำนาญการพิเศษ
โรงเรียนวัดพรหมเพชร การศึกษา ระดับปริญญาตรี รายได้ 60,150 บาทต่อเดือน
8. นางสาวศรีบงอร สิงหวิบูลย์ อายุ 57 ปี อาชีพ ข้าราชการบำนาญ การศึกษา ระดับ
ปริญญาตรี รายได้ 28,400 บาท
9. นางทองหล่อ คนมัน อายุ 65 ปี อาชีพ แม่บ้านและเป็นสมาชิก อสม.หมู่บ้าน
การศึกษา ระดับ ประถมศึกษา 6 รายได้ 7,000 บาทต่อเดือน

10. นางประนอม จันทอง อายุ 61 ปี อาชีพ แม่บ้านและเป็นสมาชิก อสม.หมู่บ้าน
การศึกษา ระดับ อนุปริญญา (ป.กศ.สูง) รายได้ 5,000 บาทต่อเดือน

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ การทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

1. นางลำไย ทางธรรม อายุ 62 ปี อาชีพ รับจ้าง
2. นางเอี่ยมจิต แสงวงนิล อายุ 66 ปี อาชีพ รับจ้าง
3. นางบุญหลาย คนเที่ยง อายุ 53 ปี อาชีพ ทำไม้กวาด
4. นางสาวอรอนงค์ คนเสี้ยม อายุ 45 ปี อาชีพ รับราชการ
5. นางเรณู สาเกตุ อายุ 43 ปี อาชีพ แม่บ้าน
6. นางสาวมารินี สีชมภู อายุ 54 ปี อาชีพ แม่บ้าน
7. นางทองหล่อ คนมัน อายุ 65 ปี อาชีพ รับจ้าง
8. นางสาวราย แสงทรัพย์ อายุ 59 ปี อาชีพ รับราชการ
9. นางทองม้วน นุ่มนวล อายุ 64 ปี อาชีพ แม่บ้าน
10. นางสุดใจ วรรณนธ์ อายุ 59 ปี อาชีพ รับราชการ
11. นางสาวศรีบังอร สิงห์บุญลย์ อายุ 57 ปี ข้าราชการบำนาญ
12. นางอัญชนก บุญชต อายุ 42 ปี อาชีพ เลี้ยงจิ้งหรีด
13. นางลอน พานนิล อายุ 52 ปี อาชีพ รับจ้าง
14. นางสาวรอง ลำละออ อายุ 66 ปี อาชีพ แม่บ้าน
15. นางประนอม จันทอง อายุ 61 ปี อาชีพ แม่บ้าน

รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเรื่องแนวทางในการทำการตลาด

1. นางศุภรดา จักรวิกรม อายุ 39 ปี อาชีพ รับราชการ สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนครนายก
2. นางสาวสายสุตา มะลา อายุ 33 ปี อาชีพ รับราชการ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครนายก
3. นายนิพนธ์ จิรามานนท์ อายุ 52 ปี อาชีพ ค้าขายและทำผลิตภัณฑ์ สบู่ผสมลูกฟิกซ์ขาวจำหน่ายทั่วไป
4. นางสาวพัชรี เจริญสุข อายุ 34 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวและผู้จัดการร้านค้าประชารัฐสุขใจ จังหวัดนครนายก
5. นางอภิรดี ตั้งวุฒิพงษ์ อายุ 40 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวและทำผลิตภัณฑ์ สบู่สมุนไพรสบู่ใบนาง ที่เกี่ยวกับความสวยงาม
6. นางรำพรรณ ทรัพย์เจริญ อายุ 68 ปี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวและทำผลิตภัณฑ์ สบู่ถ่าน
7. นางพิมพ์ ภมระภา อายุ 55 ปี ผู้ประกอบการโฮมอ็อป ผลิตภัณฑ์เซอรินน้ำผึ้งไหมหอมและงานหัตถกรรมเลื่อมพาด
8. นายเสนาะ เครือหอม อายุ 68 ปี อาชีพรับจ้างทั่วไปและทำผลิตภัณฑ์ สบู่สมุนไพร
9. นางทองหล่อ คนมัน อายุ 65 ปี แม่บ้านและทำไม้กวาดจากดอกหญ้า (ตัวแทนจากชุมชนบ้านพรหมเพชร)
10. นางประนอม จันทอง อายุ 61 ปี อาชีพ แม่บ้านและรับจ้างทั่วไป (ตัวแทนจากชุมชนบ้านพรหมเพชร)

11. นางเรณู สาเกตุ อายุ 44 ปี อาชีพ แม่บ้านและรับจ้างทั่วไป (ตัวแทนจากชุมชนบ้านพรหมเพชร)
12. นายปวัฒน์ ตั้งจุฑิพงษ์ อายุ 40 ปี อาชีพ ค้าขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม
13. นางศรีนวล สุวรรณวงศ์ อายุ 61 ปี อาชีพ ทำผลิตภัณฑ์สบู่
14. นางสาวกมลทิพย์ เขาพระจันทร์ อายุ 30 ปี อาชีพ ทำผลิตภัณฑ์สบู่
15. นางปราณี สุวรรณคล อายุ 62 ปี อาชีพแม่บ้านและทำผลิตภัณฑ์ เทียนหอม

ภาคผนวก ค

ผลิตภัณฑ์มะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่



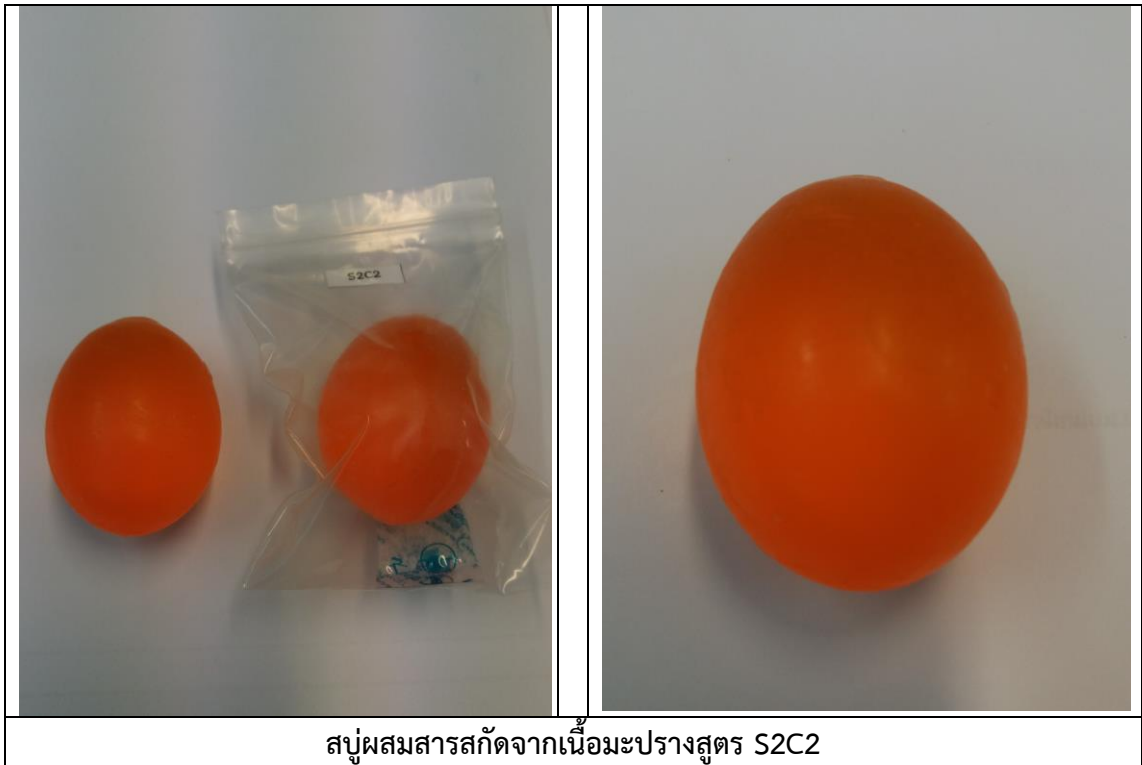
สบูผสมสารสกัดจากเนอเมปรางสูตร S1C1



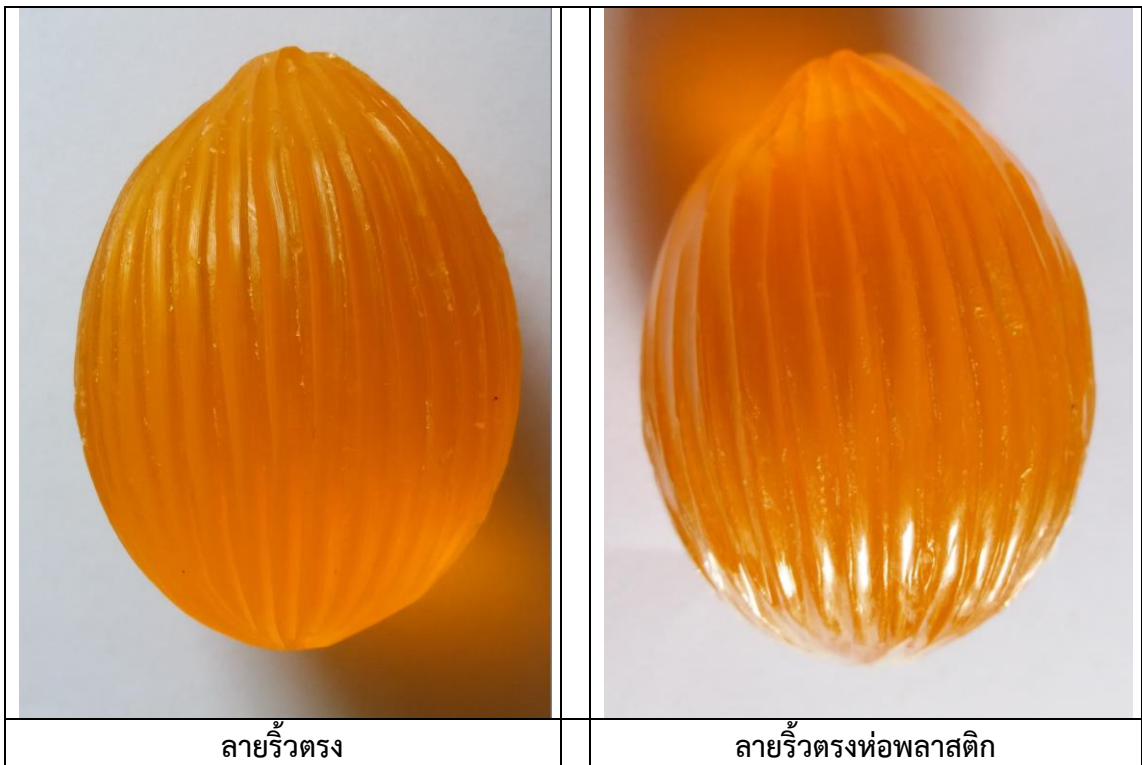
สบูผสมสารสกัดจากเนื้อมะปรางสูตร S1C2

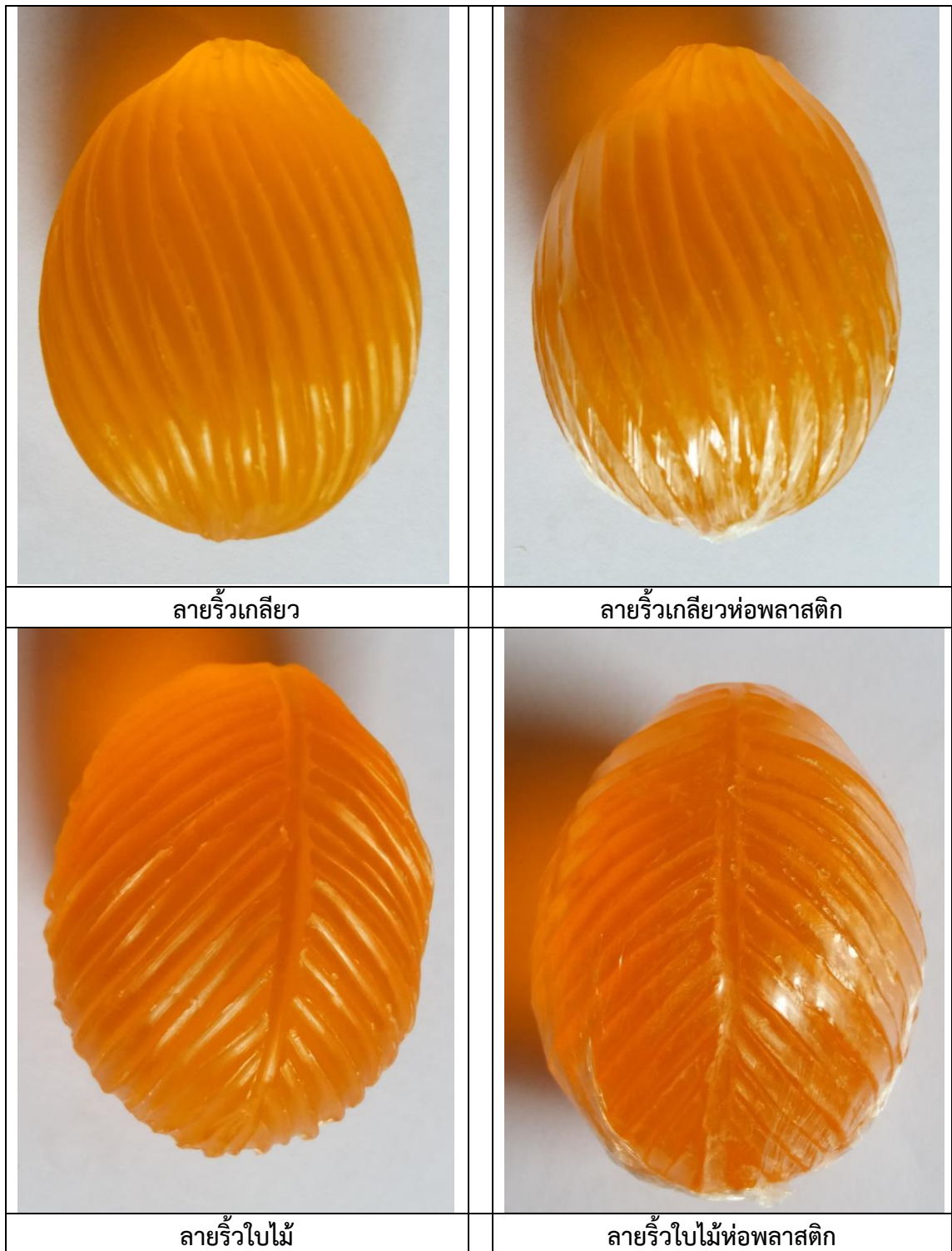


สบูผสมสารสกัดจากเนื้อมะปรางสูตร S2C1



ภาพที่ ค-1 สบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวสูตรต่างๆ





ภาพที่ ค-2 ลายริ้วสลักสปูผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าวเป็นริ้วลายต่างๆ



สบู่เนื้อใสยังไม้สลักริ้ว



สบู่เนื้อใสยังไม้สลักริ้วในกล่องบรรจุภัณฑ์



สบู่เนื้อใสสลักริ้ว



สบู่เนื้อใสสลักริ้วในกล่องบรรจุภัณฑ์



สบู่เนื้อขุ่นยังไม่สลักริ้วในกล่องบรรจุภัณฑ์



สบู่เนื้อขุ่นสลักริ้วในกล่องบรรจุภัณฑ์



กล่องบรรจุภัณฑ์บรรจุสบู่เนื้อขุ่นที่ปิดฝา
เรียบร้อย

ภาพที่ ค-3 ผลิภัณฑ์ของที่ระลึกมะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่

วัสดุและอุปกรณ์ในการทำสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าว



เบสสบู่ซูน



เบสสบู่ใส



เนื้อมะพร้าวปั่นละเอียด



สารสกัดจากเนื้อมะพร้าว



น้ำหอม



สีผสมอาหาร

ภาพที่ ง-1 วัสดุที่ใช้ในการทำวิจัย

 A photograph of a laboratory rotary vacuum evaporator setup on a grey benchtop. The equipment includes a white motor unit, a glass flask, and a stainless steel heating jacket.	 A photograph of a stainless steel heating jacket containing several clear glass beakers arranged in a circular pattern.
<p>เครื่อง Rotary Vacuum Evaporator</p>	<p>บีกเกอร์แก้ว</p>
 A close-up photograph of a large, empty stainless steel beaker.	 A photograph of a stainless steel pot with two handles, sitting on a white surface.
<p>บีกเกอร์สแตนเลส</p>	<p>กระป๋องสแตนเลส</p>

	
<p>ตาชั่งไฟฟ้า</p>	<p>เตาไฟฟ้าพร้อมภาตใส่น้ำเพื่อตุ๋นสบู่</p>
	
<p>บล็อกพิมพ์รูปลูกมะปรางเปิดแยก</p>	<p>บล็อกพิมพ์รูปลูกมะปรางประกบคู่กัน</p>

ภาพที่ ง-2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำวิจัย

MATERIAL SAFETY DATA SHEET

1. PRODUCT AND COMPANY IDENTIFICATION

Product Code : DC-SB111.1
Product Name : Glycerin Transparent Soap (Opaque)
Manufacturer/ Supplier : Denwell Corporation Sdn. Bhd.
Manufacturer/ Supplier Address : Plot 19-13, Jalan PKNK 1/10,
Kawasan Perusahaan Sungai Petani,
08000 Sungai Petani, Kedah, Malaysia.
General Information Phone : (+604) 442 5888

COMPOSITION/ INFORMATION ON INGREDIENTS

Ingredient Name	CAS Number
Sodium Soap	N.A.
Propylene Glycol	57556
Sodium Laureth Sulphate	68585-34-2
Sucrose	57-50-1
Aqua	7732-18-5
Glycerine	56-81-5
Sorbitol	50-70-4
Titanium Dioxide	13463-67-7

HAZARDS IDENTIFICATION

Non-hazardous.

FIRST AID MEASURES

First Aid

Inhalation

Expose patient to fresh air

Skin

Not applicable for normal use.

MATERIAL SAFETY DATA SHEET

Eye

Rinse immediately and as long as possible with plenty of water. Eyelids should be held away from the eyeball to ensure thorough rinsing.

Ingestion

Rinse mouth with water. Do not drink. Do not induce vomiting because of risk of aspiration. Seek medical advice.

FIRE-FIGHTING MEASURES

Suitable Extinguishing media

Foam, carbon dioxide or dry powder, water hose. Avoid high-pressure water jets if foam has to be avoided.

Hazardous decomposition

Material is not readily flammable, but it involved in fire, it could give off toxic fumes of carbon monoxide/dioxide.

Special Protective equipment

Protective clothing and self contained breathing equipment.

ACCIDENTAL RELEASE MEASURE**Personal precautions**

Avoid contact with eyes. Do not breathe in vapor.

Environmental precautions

Do not allow to enter watercourses.

Methods for cleaning up

Shove into labeled drums for disposal at an approved site. Absorb liquid spillage onto sand.

Small spillages may be washed away with water.

HANDLING AND STORAGE**Handling Precautions**

Avoid contact with eyes.

Cause slippery floor in case of spillage in presence of water.

Storage Precautions

Store in suppliers package in a cool dry equipment and avoid high temperatures (>70°C).

MATERIAL SAFETY DATA SHEET**EXPOSURE CONTROLS / PERSONAL PROTECTION**

Exposure Limit Value MEL/OES,(EH40UK)	No applicable.
Personal protection	
Hand	Wear suitable gloves.
Eye	Wear safety glasses.
Skin and body	Wear appropriate clothing, slip proof shoes.
Environment protection	Do not allow to enter watercourses.

PHYSICAL AND CHEMICAL PROPERTIES**General Information**

Appearance Opaque solid

Odour Neutral

Important Health, Safety & Environmental Information

pH(1% in water) 8.5-9.5

Boiling Point/ Boiling Range Not applicable

Melting Point/Melting Range 50-60°C

Flammability (solid /Gas) Not flammable

Solubility In Water Miscible

STABILITY AND REACTIVITY**Stability**

Stable under normal storage conditions.

Conditions & Materials to avoid

Temperatures in excess of 60°C for long time.

Hazardous decomposition products

If stored in non appropriate temperature condition (>60°C) or in contact with strong acids, product may undergo hydrolysis.

MATERIAL SAFETY DATA SHEET

TOXICOLOGICAL INFORMATION

Inhalation	Not applicable
Ingestion	May cause vomiting if large quantities are ingested
Skin Contact	Prolonged contact may cause irritation
Eye Contact	Prolonged contact may cause irritation

ECOLOGICAL INFORMATION**Ecotoxicity**

May affect the pH of aquatic systems.

Persistence and Degradability

Readily biodegradable.

DISPOSAL CONSIDERATIONS

Recycling of waste is recommended. Dispose of according to local and national regulations. Consult the relevant authority for waste disposal guidelines.

TRANSPORT INFORMATION

THIS PRODUCT IS NOT CLASSIFIED AS DANGEROUS FOR ANY MODE OF TRANSPORT.

REGULATORY INFORMATION

Not applicable- This product is not classified as hazardous for supply/ use.

All information, recommendations, and systems appearing in this publication concerning this product are based upon tests and data believed to be reliable. Nothing herein is to be construed as a representation or a warranty, express or implied, as to any specific property, quantity, use or condition of this product. Since the actual use by others is beyond the control of supplier and its agent, it is the responsibility of the user to determine the applicability of such information and recommendations, and the suitability of any products for their own particular purpose.

Product : DC-SB 111

Commercial Description : Melt and Pour Transparen

Specifications

Parameters	Min.	Max.
Dry Matters, % w/w	80	85
Free Fatty Acids (as Palmitic acids), % w/w	0.0	2.0
Free Alkali as NaOH, % w/w	0.0	0.1
Physical Form at 30°C	Solid	

Ingredient Listing

Ingredient	Composition, %
Sodium Soap	>50
Aqua (Water)	5-10
Propylene Glycol	5-10
Sucrose	10-15
Glycerine	10-15
Sorbitol	5-10
Sodium Laureth Sulphate	3-5
Sodium Citrate	<1

ภาคผนวก จ

ภาพกิจกรรม

	
<p>ป้ายการจัดอบรม</p>	<p>ผศดร.แสงอรุณกล่าวรายงานการอบรม</p>
	
<p>นายกอบต. ตำบลโคกกรวดกล่าวเปิดงาน อบรมฯ</p>	<p>ดร.จิราภรณ์ วิทยากรบรรยายการทำสบู่</p>
	
<p>ตัวแทนชุมชนที่เข้าอบรมเชิงปฏิบัติการ</p>	<p>วิทยากรบรรยายพร้อมวัสดุและอุปกรณ์</p>



วิทยาการสาริถการทำสบู่



ผู้เข้าอบรมลงมือปฏิบัติการทำสบู่



ผู้เข้าอบรมลงมือปฏิบัติการทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว

ภาพที่ จ-1 กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการทำสบู่ผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว



อ.รณนภัทร ทองแย้ม วิทยากรอธิบายการประดิษฐ์มะพร้าวจากสบู



อ.รณนภัทร ทองแย้ม วิทยากรสาธิตการฝึกประดิษฐ์รีวจากสบู

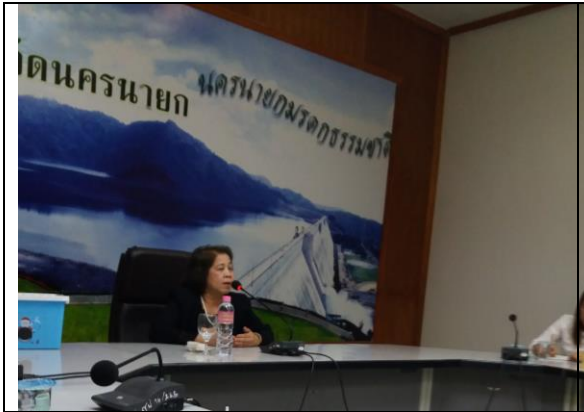


อ.รณนภัทร ทองแย้ม วิทยากรสาธิตการประดิษฐ์มะพร้าวจากสบูผสมสารสกัดจากเนื้อมะพร้าว



ผู้เข้าอบรมเชิงปฏิบัติการลงมือปฏิบัติการประดิษฐ์มะปรางรีวจากสบู่อผสมสารสกัดจากเนื้อ
มะปราง

ภาพที่ จ-2 การอบรมเชิงปฏิบัติการประดิษฐ์มะปรางรีวจากสบู่อผสมสารสกัดจากเนื้อมะปราง



วิทยากรดำเนินการสนทนากลุ่มแนวทางในการทำการตลาด



ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มฟังการดำเนินการหาแนวทางในการทำการตลาด



ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแนวทางในการทำการตลาด

ภาพที่ จ-3 กิจกรรมการสนทนากลุ่มแนวทางในการทำการตลาด

แบบการฝึกทำมะพร้าวประดิษฐ์จากสบู่

ผศ.ดร.แสงอรุณ เชื้อวงษ์บุญ

ขั้นตอนการทำ

1. ตัดแบ่งครึ่งสบู่ก้อนตามขวางของก้อนออกเป็นสองส่วนเท่าๆ กัน
2. นำแต่ละส่วนที่แบ่งตัดและเกลาให้ได้รูปร่างวงรีสวยงาม
3. ใช้เครื่องมือแซะร่องแซะเนื้อสบู่ให้เป็นร่องตามความยาวของรูปร่างวงรีของก้อนสบู่
4. แซะร่องที่ 2 ให้ติดกับร่องที่1 ให้เป็นร่องที่สวยงาม
5. แซะร่องอื่นๆ ต่อไปให้สวยงามจนรอบก้อนสบู่
6. ฝึกแซะร่องรีวจนชำนาญ
7. นำสบู่ผสมสารสกัดเนื้อมะพร้าวที่หลวมเป็นรูปร่างมะพร้าวให้ได้ร่องรีวที่สวยงามจนรอบ
8. นำแลปพลาสติกห่อสบู่ให้สวยงาม

ลายที่แซะร่องรีว

ลายที่ 1



ลายที่ 2



ลายที่ 3



ผลการวิเคราะห์การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการทำสบูผสมสารสกัดจากเนื้อ มะพร้าว

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	0	0.00
หญิง	15	100.00
อาชีพ		
รับราชการ	3	20.00
ธุรกิจส่วนตัว	0	0.00
แม่บ้าน	9	60.00
อื่นๆ	3	20.00
การเข้ารับการอบรมในลักษณะนี้		
เคย	7	46.67
ไม่เคย	8	53.33

จากตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 15 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และไม่เคยเข้ารับการอบรมในลักษณะนี้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นการอบรมทำมะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่

รายละเอียดการประเมิน	\bar{X}	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. เนื้อหาในการจัดอบรม			
- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสบู่ เนื้อหา และกระบวนการผลิต	4.53	0.64	มากที่สุด
- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสารสกัดมะปราง	4.53	0.74	มากที่สุด
- การฝึกปฏิบัติการผลิตสบู่ก่อนผสมเนื้อมะปราง	4.60	0.51	มากที่สุด
- การฝึกปฏิบัติการทำมะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่	4.60	0.63	มากที่สุด
2. วิทยากรและการจัดอบรม			
- ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร	4.80	0.41	มากที่สุด
- สถานที่ในการจัดอบรม	4.87	0.35	มากที่สุด
- ระยะเวลาในการจัดอบรม	4.87	0.35	มากที่สุด
- เอกสารประกอบการอบรม	4.67	0.62	มากที่สุด
3. การบริการ			
- สิ่งอำนวยความสะดวก	5.00	0.00	มากที่สุด
- การบริการของเจ้าหน้าที่	4.93	0.26	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจโดยรวม	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการอบรมทำมะปรางรีวประดิษฐ์จากสบู่โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) และมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทุกรายด้าน โดยมีความพึงพอใจที่สำคัญคือ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการของเจ้าหน้าที่ ระยะเวลาในการจัดอบรม และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร ตามลำดับ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ -นามสกุล แสงอรุณ เชื้อวงษ์บุญ
วัน เดือน ปีเกิด ๑๐ มกราคม ๒๕๐๐
ที่อยู่ปัจจุบัน ๓๙/๓๙ หมู่บ้านพรพิมาน ถนน รังสิต นครนายก อำเภอ ฉัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี โทร. ๐๒-๕๗๗๖๙๓๙ มือถือ ๐๙๒-๙๙๕๙๒๔๕

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๒๑ จบการศึกษา ครุศาสตร์บัณฑิต เอกคหกรรมศาสตร์
สาขาศิลปประดิษฐ์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต
พ.ศ. ๒๕๔๑ จบการศึกษา ครุศาสตร์มหาบัณฑิต เอกอุดมศึกษา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. ๒๕๔๓ จบการศึกษาประกาศนียบัตร สาขา ช่างปักสะตึง ที่ วิทยาลัยในวังหญิง
พ.ศ. ๒๕๕๗ จบการศึกษา Ed.D. Education Management at
The University North of Phillipine (UNP)

ประวัติการทำงาน

อาจารย์ประจำหลักสูตรคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
กรรมการสภาคณาจารย์และข้าราชการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรคหกรรมศาสตร์ทั่วไป
ประธานพัฒนาหลักสูตรคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
กรรมการสภาคณาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ผู้ประสานงานโปรแกรมวิชาคหกรรมศาสตร์ทั่วไป
อาจารย์สาขาวิชาศิลปประดิษฐ์
ข้าราชการประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ประธานสร้างหลักสูตรศิลปประดิษฐ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ที่ปรึกษาสถานักศึกษาศาสนาบ้านราชภัฏสวนดุสิต
ที่ปรึกษาองค์การนักศึกษาศาสนาบ้านราชภัฏสวนดุสิต
หัวหน้าโปรแกรมวิชาคหกรรมศาสตร์ทั่วไป
รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
หัวหน้าโปรแกรมวิชาคหกรรมศาสตร์
กรรมการร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเรื่องงานถักโครเชต์ กระทรวงอุตสาหกรรม
กรรมการจัดตกแต่งเวทีสวนอัมพรฯ ในงานพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคกลาง ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๔๘- ปัจจุบัน
กรรมการจัดตกแต่งเวทีสวนอัมพรฯ ในงานพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิต
สถาบันราชภัฏทั่วประเทศ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๓๘-๒๕๔๗
กรรมการจัดตกแต่งเวทีสวนอัมพรฯ ในงานพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิต
วิทยาลัยครูทั่วประเทศ ตั้งแต่ พ.ศ.

