



มาลัยริบบิ้นผูกรัก
(Ribbon Garland of Love)

ชื่อผู้จัดทำ

นางสาวธัญญาณี อุตะมะ

นางสาวสุกิตา แข็งแรง

รายงานผลการดำเนินงานรายวิชาโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการบัญชี
ปีการศึกษา 2567
วิทยาลัยการอาชีพสกลนคร

ชื่อโครงการวิชาชีพ	มาลัยรียบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love)
ชื่อนักศึกษา	1. นางสาวธัญญา อุดะมะ 2. นางสาวสุกิตา แข็งแรง
หลักสูตร	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สาขาวิชา	การบัญชี
สาขางาน	การบัญชี
ครูที่ปรึกษาโครงการงาน	นายวรินทร์ พร้อมเพรียง
ครูที่ปรึกษาโครงการงานร่วม	นางดวงใจ ขาวงาม
ครูผู้สอน	นายวรินทร์ พร้อมเพรียง
ปีการศึกษา	2567

คณะกรรมการตรวจสอบวิชาชีพ	ลายมือชื่อ
1. นายวรินทร์ พร้อมเพรียง ครูที่ปรึกษาโครงการ	
2. นางดวงใจ ขาวงาม ครูที่ปรึกษาโครงการร่วม	
3. นายวรินทร์ พร้อมเพรียง ครูผู้สอน	
4. นางดวงใจ ขาวงาม หัวหน้าแผนกวิชาการบัญชี	
5. นายเบญจภัทร วงศ์โคกสูง หัวหน้างานพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน	
6. นายปรีดี สมอ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ	

สถานที่สอบ : วิทยาลัยการอาชีพสังขะ

(นางแสงดาว ศรีจันทร์เวียง)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการอาชีพสังขะ
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

มาลัยริบบิ้นผูกรัก
(Ribbon Garland of Love)

ชื่อผู้จัดทำ
นางสาวธัญญ์ อุตะมะ
นางสาวสุกิตา แข็งแรง

รายงานผลการดำเนินงานรายวิชาโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการบัญชี
ปีการศึกษา 2567
วิทยาลัยการอาชีพสังขะ

ชื่อเรื่อง	: มัลลัยริบบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love)
ผู้จัดทำ	: นางสาวธัญญานิ อุตะมะ : นางสาวสุกิตา แข็งแรง
สาขาวิชา	: การบัญชี
แผนกวิชา	: การบัญชี
ที่ปรึกษา	: นายวรินทร์ พร้อมเพรียง
ปีการศึกษา	: 2567

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง มัลลัยริบบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการประดิษฐ์ชิ้นงานจากริบบิ้น เพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานใหม่จากริบบิ้น เพื่อสร้างอาชีพและสร้างรายได้

ผลการดำเนินงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาแผนกวิชาการบัญชี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 30 คน เป็นเพศชาย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 96.67 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากแบบสอบถามพบว่า หัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์ของชิ้นงานอยู่ที่ 4.90 ต่อมาหัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดแต่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรองลงมาตามลำดับ คือ ความคุ้มค่าของราคาอยู่ที่ 4.87 การเลือกใช้วัสดุ/อุปกรณ์ในการจัดทำชิ้นงานอยู่ที่ 4.83 ความละเอียดประณีตของชิ้นงานอยู่ที่ 4.77 และการนำไปใช้งานอยู่ที่ 4.73 ซึ่งจากหัวข้อดังกล่าวทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

Title : Ribbon Garland of Love
Creator : Miss Tayanee Autama
: Miss Suphita Khaengraeng
Field of study : Accounting
Department : Accounting
Advisor : Mr. Warinthon Phromphriang
Academic Year : 2024

Abstract

The project on Ribbon Garland of Love aims to study the method of making ribbons to create new ribbons to create careers and generate income.

The results of the study found that the respondents were 30 students in the Accounting program, 1 male (3.33%) and 29 female (96.67%). The mean and standard deviation data from the questionnaires showed that the topic with the highest level of satisfaction and the highest average satisfaction was the creativity of the work at 4.90. The topic with the highest level of satisfaction but the second highest average satisfaction was value for money at 4.87, the selection of materials/equipment used in making the work at 4.83, the meticulousness of the work at 4.77, and the usability at 4.73. Of all the topics, the average was 4.75, which was the highest level of satisfaction.

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำโครงการ มาลัยรียบบันผู้รักในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น คณะผู้จัดทำได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในด้านต่างๆ ขอขอบพระคุณ นางแสงดาว ศรีจันทร์เวียง ผู้อำนวยการวิทยาลัยการอาชีพสังขะ นายปรีดี สมอ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ นายเบญจภัทร วงศ์โคกสูง หัวหน้างานพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน นางดวงใจ ขาวงาม หัวหน้าแผนกวิชาการบัญชีและคุณครูที่ปรึกษาโครงการร่วม

ขอขอบคุณ นายวรินทร์ พร้อมเพรียง ครูผู้สอนและครูที่ปรึกษาโครงการ ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งนี้ จนทำให้สามารถดำเนินงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำหวังว่าโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาการประดิษฐ์พวงมาลัยจากริบบิ้นต่อไป

นางสาวธณานิ อุตะมะ

นางสาวสุกิตา แข็งแรง

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญ (ต่อ)	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
สารบัญรูปภาพ (ต่อ)	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1. ความเป็นมาของโครงการ	1
2. วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ	1
4. ขอบเขตของการดำเนินงาน	1
5. วิธีการดำเนินงาน	2
6. งบประมาณและค่าใช้จ่าย	2
7. คำนิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
1. ประวัติบริบับ	6
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพวงมาลัย	11
3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริบับ	21
4. ความสำคัญและประโยชน์ของการทำงานประดิษฐ์	28
5. ลักษณะของงานประดิษฐ์	29
6. ประเภทของงานประดิษฐ์	31
7. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	35

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
8. แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด	41
9. เอกสารที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน	
1. ขั้นตอนการดำเนินงาน	52
2. ศึกษาวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน	54
3. การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจ	55
บทที่ 4 ผลจากการดำเนินงาน	
1. ผลจากการดำเนินงาน	64
2. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน	77
3. ผลจากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจ	81
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
1. วัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการ	83
2. สรุปผลของการดำเนินโครงการ	83
3. อภิปรายผล	83
4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบเสนอขออนุมัติโครงการ	
ภาคผนวก ข แบบประเมินความพึงพอใจ	
ภาคผนวก ค ขั้นตอนการดำเนินงาน	
ภาคผนวก ง ประวัติผู้จัดทำ	
ภาคผนวก จ รูปภาพอัฟโฟลด์ไฟล์โครงการในเว็บไซต์วิทยาลัยการอาชีพสังขะ	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1.1 วิธีการดำเนินโครงการ	2
ตารางที่ 3.1 ตารางวัสดุ/อุปกรณ์	54
ตารางที่ 4.1 ตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	82

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 Lorenzo Lotto	7
ภาพที่ 2.2 เซอร์แอนโทนี แวน ไดค์ อองรีที่ 2 เดอ ลอร์เรน	8
ภาพที่ 2.3 ภาพประกอบห่มวกริเจนซี่จากเครื่องแต่งกาย	9
ภาพที่ 2.4 ทรงผมของเด็กผู้หญิงเผยให้เห็นชีวิตแห่งความรัก	10
ภาพที่ 2.5 ภาพท้าววรคณานันท์ (ม.ร.ว.ป๋ม มาลากุล)	13
ภาพที่ 2.6 หนังสือนวนิยาย เรื่อง สี่แผ่นดิน	15
ภาพที่ 2.7 หนังสือนวนิยาย เรื่อง ขมิ้นกับปูน	17
ภาพที่ 2.8 พวงมาลัยดอกไม้สด	18
ภาพที่ 2.9 พวงมาลัยบริบับ	18
ภาพที่ 2.10 การใช้บริบับในการตกแต่งสถานที่	24
ภาพที่ 2.11 การใช้บริบับผ้าผูกตกแต่งของขวัญ	25
ภาพที่ 2.12 เหยี่ยวโปรยทานรูปดอกมะลิจากบริบับ	25
ภาพที่ 2.13 ร่มจากกระดาษสา	29
ภาพที่ 2.14 แจกันลายดอกไม้จากดินเผา	29
ภาพที่ 2.15 รถยนต์ไฟฟ้า	30
ภาพที่ 2.16 หุ่นยนต์ผู้ช่วยพยาบาล	30
ภาพที่ 2.17 ตุ๊กตาจากเศษผ้า	31
ภาพที่ 2.18 กระเป๋าหิ้วตุ๊กตาจากไหมพรม	32
ภาพที่ 2.19 กระเป๋าสานจากผักตบชวา	32
ภาพที่ 2.20 ผลไม้แกะสลักเป็นรูปดอกไม้	33
ภาพที่ 2.21 การเขียนลวดลายลงบนผ้าปาเต๊ะ	33
ภาพที่ 2.22 พวงมาลัยดอกพุด	34
ภาพที่ 2.23 ดอกลีลาวดีจากผ้าใยบัว	34
ภาพที่ 2.24 โคมไฟจากกระป๋องนมข้นหวาน	35

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 4.1 ภาพการประชุมเลือกหัวข้อสิ่งประดิษฐ์	65
ภาพที่ 4.2 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 1	66
ภาพที่ 4.3 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 2	66
ภาพที่ 4.4 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 3	67
ภาพที่ 4.5 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 4	68
ภาพที่ 4.6 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 5	69
ภาพที่ 4.7 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 6	69
ภาพที่ 4.8 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 7	70
ภาพที่ 4.9 การทำตะขาบคล้องพวงและตะขาบคล้องอุบะ ขั้นตอนที่ 1	71
ภาพที่ 4.10 การทำตะขาบคล้องพวงและตะขาบคล้องอุบะ ขั้นตอนที่ 2	72
ภาพที่ 4.11 การทำตะขาบคล้องพวงและตะขาบคล้องอุบะ ขั้นตอนที่ 3	73
ภาพที่ 4.12 การทำตะขาบคล้องพวงและตะขาบคล้องอุบะ ขั้นตอนที่ 4	74
ภาพที่ 4.13 การทำตะขาบคล้องพวงและตะขาบคล้องอุบะ ขั้นตอนที่ 5	76
ภาพที่ 4.14 รีบบิ้น	77
ภาพที่ 4.15 กาวแท่ง	77
ภาพที่ 4.16 ปืนกาว	78
ภาพที่ 4.17 เทปใส	78
ภาพที่ 4.18 ลูกปัด	79
ภาพที่ 4.19 ดอกกรักเทียม	79
ภาพที่ 4.20 ด้าย	80
ภาพที่ 4.21 เข็มร้อยพวงมาลัย เบอร์ 8	80

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาของโครงการ

ริบบิ้น เป็นวัสดุที่หาได้ง่ายและสามารถนำมาประยุกต์ได้หลากหลายแบบจึงเป็นทางเลือกที่ดีอีกทางหนึ่งสำหรับการนำมาประดิษฐ์เป็นชิ้นงานเพื่อให้เป็นของที่ระลึกแทนใจหรือตกแต่งตามสถานที่ต่างๆ และนำมาใช้งานในด้านอื่นๆ เช่น นำมาทำเหรียญโปรยทานให้เป็นโบว์ของขวัญเป็นต้นและเนื่องจากทั้งในอดีตและปัจจุบันได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้ของที่ระลึก เพื่อเป็นของขวัญแทนใจ มอบให้คนสำคัญเนื่องในโอกาสสำคัญต่างๆ คณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นว่าการนำริบบิ้นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานพวงมาลัยจากริบบิ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ริบบิ้นมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้จัดทำโครงการจึงต้องการการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากริบบิ้นขึ้นมาใหม่เพื่อให้เกิดความหลากหลายเป็นเอกลักษณ์และสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนและเป็นการเผยแพร่งานประดิษฐ์สู่คนรุ่นหลังที่สนใจอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 2.1 เพื่อศึกษาการประดิษฐ์ชิ้นงานจากริบบิ้น
- 2.2 เพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานใหม่จากริบบิ้น
- 2.3 เพื่อสร้างอาชีพ และสร้างรายได้

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ

- 3.1 ได้ศึกษาการประดิษฐ์ชิ้นงานจากริบบิ้น
- 3.2 ได้สร้างสรรค์ชิ้นงานใหม่จากริบบิ้น
- 3.3 ได้สร้างอาชีพ และสร้างรายได้

4. ขอบเขตของการดำเนินงาน

- 4.1 ด้านเนื้อหา : การศึกษาผลงานหรือสิ่งประดิษฐ์จากริบบิ้นในแหล่งความรู้ต่างๆ
- 4.2 ด้านประชากร
 - 4.2.1 ประชากร : นักศึกษา แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยการอาชีพสังขะ

4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาแผนกวิชาการบัญชี จำนวน 30 คน

4.3 ด้านสถานที่ : แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยการอาชีพสังขะ เลขที่ 49 หมู่ที่ 7 ถนน

โชคชัย-เดชอุดม ตำบลบ้านขบ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ 32150

4.4 ด้านระยะเวลา : สัปดาห์ที่ 1-18 (21 ตุลาคม 2567 - 16 กุมภาพันธ์ 2568)

5. วิธีดำเนินการโครงการ

ลำดับที่	กิจกรรม	ตุลาคม 2567				พฤศจิกายน 2567				ธันวาคม 2567				มกราคม 2568				กุมภาพันธ์ 2568			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	ขออนุมัติโครงการ																				
2	ศึกษาค้นคว้าข้อมูล/ ออกแบบชิ้นงาน																				
3	จัดหาวัสดุ อุปกรณ์																				
4	ลงมือปฏิบัติงาน																				
5	ทดลองใช้/เก็บขอ																				
6	นำเสนอ/รายงานผล																				

ตารางที่ 1.1 วิธีดำเนินการโครงการ

6. งบประมาณและค่าใช้จ่าย

รายรับ

งบประมาณจากสมาชิกในกลุ่ม เป็นเงิน 1,500 บาท

รายจ่าย

ค่าวัสดุดิบ เป็นเงิน 400 บาท

ค่าอุปกรณ์ เป็นเงิน 400 บาท

ค่าเช่าเล่ม เป็นเงิน 300 บาท

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นเงิน 400 บาท

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น เป็นเงิน 1,500 บาท

7. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

พวงมาลัย หมายถึง พวงดอกไม้ประดิษฐ์ที่ร้อยด้วยด้ายและเข็มขนาดใหญ่ โดยใช้ดอกไม้กลีบดอกไม้ และใบไม้มาร้อยเข้าด้วยกันแล้วรูดอกออกมาใส่เชือกหรือด้ายผูกให้เป็นพวงใช้สำหรับบูชาสิ่งที่นับถือ เป็นต้น

ริบบิ้น หมายถึง แถบผ้าที่มีลักษณะยาวและแคบ มักทำจากวัสดุเช่น ผ้าไหม ผ้าซาติน ผ้ากำมะหยี่ หรือพลาสติก ซึ่งมักจะมีสีสดใสหรือลวดลายต่างๆ นิยมใช้ในการประดับตกแต่ง เช่น การผูกเป็นโบตกแต่งของขวัญ ผูกประดับผม หรือการตกแต่งในงานพิธีต่างๆ นอกจากนี้ริบบิ้นยังสามารถหมายถึง เส้นสายหรือเชือกที่ใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสัญลักษณ์ หรือ การแข่งขันกีฬา เช่น ริบบิ้นสี ที่ใช้ในการแสดงระดับหรือรางวัลในงานแข่งขันต่างๆ มีหลายสีหลายขนาด ใช้สำหรับผูกหรือประดับสิ่งต่างๆ

ที่แบ่งริบบิ้น หมายถึง เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการตัดหรือแบ่งริบบิ้นให้เป็นขนาดที่ต้องการ ซึ่งมักจะใช้ในงานฝีมือหรือการตกแต่งต่างๆ เช่น งานประดิษฐ์ การห่อของขวัญ หรือการตกแต่งเครื่องประดับ นอกจากนี้ ที่แบ่งริบบิ้น อาจหมายถึง เครื่องมือที่ช่วยจัดระเบียบริบบิ้นให้เป็นระเบียบและง่ายต่อการใช้งาน เช่น ที่เก็บริบบิ้นที่มีช่องแบ่งให้เลือกใช้ตามขนาดต่างๆ

ขั้วดอกไม้ หมายถึง ที่เชื่อมต่อระหว่างดอกไม้กับก้านดอกไม้ ซึ่งทำหน้าที่รองรับดอกไม้และช่วยให้ดอกไม้สามารถยึดติดกับก้านได้อย่างมั่นคง ขั้วดอกไม้มักมีลักษณะเป็นส่วนที่แข็งแรงและมักจะมีสีเขียวคล้ายกับสีของใบไม้ นอกจากนี้ ขั้วดอกไม้ยังสามารถมีบทบาทในการช่วยนำสารอาหารและน้ำจากก้านไปสู่ดอกไม้เพื่อการเจริญเติบโตของมันด้วย

การประยุกต์ หมายถึง เป็นการนำทฤษฎีหลักการ กฎเกณฑ์แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งไป ปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในภาคปฏิบัติ โดยเฉพาะในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ มักมีการประยุกต์ภาคทฤษฎีสู่ ภาคปฏิบัติ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้จริงในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ เพราะมีความเป็นรูปธรรมมากกว่า

การประดิษฐ์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับลักษณะองค์ประกอบโครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการรักษาหรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือทำให้เกิด ผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

ของที่ระลึก หมายถึง สัญลักษณ์แทนบุคคล เรื่องราว ฯลฯ ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อกระตุ้นหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอในบุคคล เหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้นๆ หรือสิ่งของที่ทำให้เกิดถึงสถานที่ที่เคยไปสะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์และประเพณีบางอย่าง

เข็มร้อยพวงมาลัย หมายถึง เข็มร้อยพวงมาลัยเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำพวงมาลัยหรือพวงมาลัยดอกไม้ โดยปกติจะมีลักษณะคล้ายกับเข็มเย็บผ้า แต่มีขนาดใหญ่กว่าและปลายเข็มจะทู่

เพื่อไม่ให้เสียหรือทำลายดอกไม้เมื่อร้อยเป็นพวงมาลัย โดยเข็มร้อยพวงมาลัยมักจะมีด้ามที่แข็งแรง และยาวพอสมควรเพื่อให้สามารถใช้งานได้สะดวกในการร้อยดอกไม้หลายๆ ดอกเข้าด้วยกัน

การสร้างอาชีพ หมายถึง การตั้งเป้าหมายและสร้างโอกาสในการทำงานหรือกิจการที่สามารถสร้างรายได้และความยั่งยืนได้ หรือในอีกความหมายหนึ่ง คือ กระบวนการในการกำหนดและสร้างโอกาสในการทำงานหรือสร้างรายได้ ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากการสร้างธุรกิจของตนเอง หรือการพัฒนาทักษะและความสามารถเฉพาะตัวให้เหมาะสมกับตลาดงาน

การสร้างรายได้ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมที่ช่วยให้บุคคลหรือองค์กรสามารถทำเงินหรือมีรายได้เข้ามาจากแหล่งต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็นการทำงานในตำแหน่งที่มีรายได้ประจำ การลงทุนหรือการประกอบธุรกิจ เพื่อให้มีเงินหรือทรัพย์สินที่สามารถใช้จ่าย หรือเก็บออมได้ ผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน การขายสินค้า หรือเป็นการลงทุนในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ Passive Income กับ Active Income

บทที่ 2

ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำสิ่งประดิษฐ์ มาลัยริบบิ้นผูกรัก คณะผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง จึงได้แนวคิดที่จะนำริบบิ้นมาประยุกต์ให้เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีความสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น นำเสนอตามลำดับดังนี้

1. ประวัติของริบบิ้น
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพวงมาลัย
 - 2.1 ความหมายของพวงมาลัย
 - 2.2 ประวัติของพวงมาลัย
 - 2.3 ประเภทของพวงมาลัย
 - 2.4 ประโยชน์ของพวงมาลัย
 - 2.5 ส่วนประกอบของพวงมาลัย
3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับริบบิ้น
 - 3.1 ประเภทของริบบิ้น
 - 3.2 การใช้ริบบิ้นในวัฒนธรรมต่างๆ
 - 3.3 การใช้ริบบิ้นในต่างประเทศ
 - 3.4 การใช้ริบบิ้นในเชิงสัญลักษณ์
4. ความสำคัญและประโยชน์ของการทำงานประดิษฐ์
5. ลักษณะของงานประดิษฐ์
 - 5.1 งานประดิษฐ์ประเภทใช้ประโยชน์
 - 5.2 งานประดิษฐ์ประเภทตกแต่ง
 - 5.3 งานประดิษฐ์ประเภทการสร้างสรรค์ใหม่
 - 5.4 งานประดิษฐ์ประเภทพัฒนาแนวคิดใหม่
6. ประเภทของงานประดิษฐ์

7. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค

7.1 ความหมายความพึงพอใจ

7.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพึงพอใจ

8. แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด

8.1 ความหมายของตลาดและการตลาด

8.2 ระบบเศรษฐกิจ

8.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

9. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติของริบบิ้น

ริบบิ้น เป็นอุปกรณ์ใช้รัดเพื่อเสริมความงามและจัดระเบียบสิ่งต่าง ทั้งเกี่ยวกับเสื้อผ้า เรือนร่าง อุปกรณ์และสิ่งอื่น โดยมากเข้าใจว่าเป็นคำเรียกที่มาจากการเรียกแถบผ้าที่ใช้รัดผม ทั้งนี้คำเรียกดังกล่าวเป็นคำเรียกมาจากภาษาอังกฤษว่า Ribbon ใช้ในความหมายทั่วไป หมายถึงผ้าแถบหลากสีสันเมื่อนำมาขดแถบริ้วเป็นทรวดทรงต่างๆ เรียกว่าโบ หรือการผูกโบ ซึ่งการใช้งานริ้วหรือแถบผ้า หมายถึงการใช้ริ้วหรือแถบในงานตัดเย็บด้วย ในการเปิดร้านหรือออกนิทรรศการ มีวิธีการสำคัญเรียกว่า ตัดริบบิ้น ซึ่งหมายถึงวิธีการที่ประธานรับรองงานจะเป็นผู้ใช้กรรไกรตัดแถบผ้าที่ผูกเป็นโบไว้ในส่วนของทางเข้าให้ขาดจากกัน

ริบบิ้นถูกผลิตขึ้นครั้งแรก ช่วงต้นศตวรรษที่ 11 ในประเทศฝรั่งเศส พ่อค้าเร่ในยุคกลางเดินทางไปทั่วยุโรปเพื่อขายริบบิ้น สินค้าที่เต็มไปด้วยความแปลกใหม่มีสีสันสวยงาม โดยเป็นสินค้าหายากและมีราคาสูง การทอเนื้อผ้าด้วยสีเงินและสีทองที่ทำจากผ้าไหม มีความงามออกมาจากเนื้อผ้าด้วยเทคนิคการทอ และด้วยความเป็นผ้าหายากจากภาคตะวันออกจึงทำให้มีราคาสูง และจากในอดีตริบบิ้นจะเป็นแบบถักลูกไม้เข้าด้วยกัน นิยมใช้เป็นของตกแต่งภายนอกหรือใช้เป็นของประดับตกแต่งผม

ในศตวรรษที่ 16 รัฐสภาอังกฤษ พยายามจะออกกฎหมายว่ามีเพียงคนชนชั้นสูงเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้สวมริบบิ้นได้ ต่อมาในศตวรรษที่ 17 ริบบิ้นถูกจัดว่าเป็นสินค้าสำหรับชนชั้นสูงซึ่งถูกใช้งานในการตกแต่งเครื่องประดับทุกชิ้นตั้งแต่ หมวกไปจนถึงถุงมือเองก็เช่นกัน เป็นที่นิยมใช้งานทั้งชายและหญิง โดยสินค้าทั้งหลายได้ประยุกต์มาจากศิลปะพื้นเมือง หรือเรียกว่าได้รับอิทธิพลมาจากการติดต่อค้าขายกับชนเผ่า Great Lakes (เกรตเลกส์) และ Prairie (แพรรี่) ที่เป็นชนพื้นเมืองอเมริกัน และในศตวรรษที่ 19 ริบบิ้นเริ่มได้รับความนิยมในการใช้ตกแต่งพัสดูหรือของขวัญ โดยเฉพาะในการทำโบและได้รับการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งานในโอกาสต่างๆ

ริบบิ้นกับการประดับผม หากกล่าวถึงการนำริบบิ้นมาประดิษฐ์เป็นเครื่องประดับสำหรับตกแต่งทรงผมนั้น เริ่มในยุคเรเนสซองส์ การทำริบบิ้นน่าจะมีมาตั้งแต่สมัยกลางตอนต้น เมื่อการประดิษฐ์เครื่องทอแวนอนทำให้สามารถผลิตสิ่งทอที่ทอด้วยเทคนิคซับซ้อนมากขึ้น ริบบิ้นกลายเป็นกระแสนิยมในการตัดเย็บเสื้อผ้าอย่างรวดเร็ว โดยติดไว้กับเสื้อผ้าและพันเป็นทรงผม Chaucer สังเกตเห็นการมีอยู่ของ "ริบบิ้น" เป็นเครื่องประดับในผลงานของเขา หลักฐานทางภาพของการนิยมใช้ริบบิ้นแพร่หลายไปทั่วในผลงานยุคเรเนสซองส์ โดยนางฟ้าของ Filippo Lippi สวมใส่เป็นจำนวนมากและใช้เป็นมงกุฎโบราณวิจิตรงดงามในผลงาน Portrait of a Woman Inspired by Lucretia ของ Lorenzo Lotti ซึ่งเป็นผลงาน ขรรวาสามากกว่า



ภาพที่ 2.1 Lorenzo Lotti, ภาพเหมือนผู้หญิงที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก

Lucretia, 1530-1532, สีน้ำมันบนผ้าใบ 96.5 x 110.6 ซม. หอศิลป์แห่งชาติ ลอนดอน

เมื่อยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาใกล้จะสิ้นสุดลง เทรนด์ทรงผมที่ประดับด้วยริบบิ้นก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น นั่นก็คือทรงผมแบบลือคค่อ ซึ่งในช่วงปลายศตวรรษที่ 16 และต้นศตวรรษที่ 17 ผู้ชายส่วนใหญ่จะนิยมไว้ผมทรงนี้โดยเฉพาะ ทรงผมแบบลือคค่อเป็นช่อผมยาวที่คล้องไว้บนหน้าอกและมักจะผูกโบหรือดอกกุหลาบที่ทำจากริบบิ้น ลือคค่อเป็นทรงผมที่แสดงถึงความซาบซึ้งใจอย่างลึกซึ้ง โดยตั้งใจให้แสดงถึงความทุ่มเทที่โรแมนติกต่อคนรัก เนื่องจากจะช่วยเน้นย้ำให้เห็นถึงหัวใจ

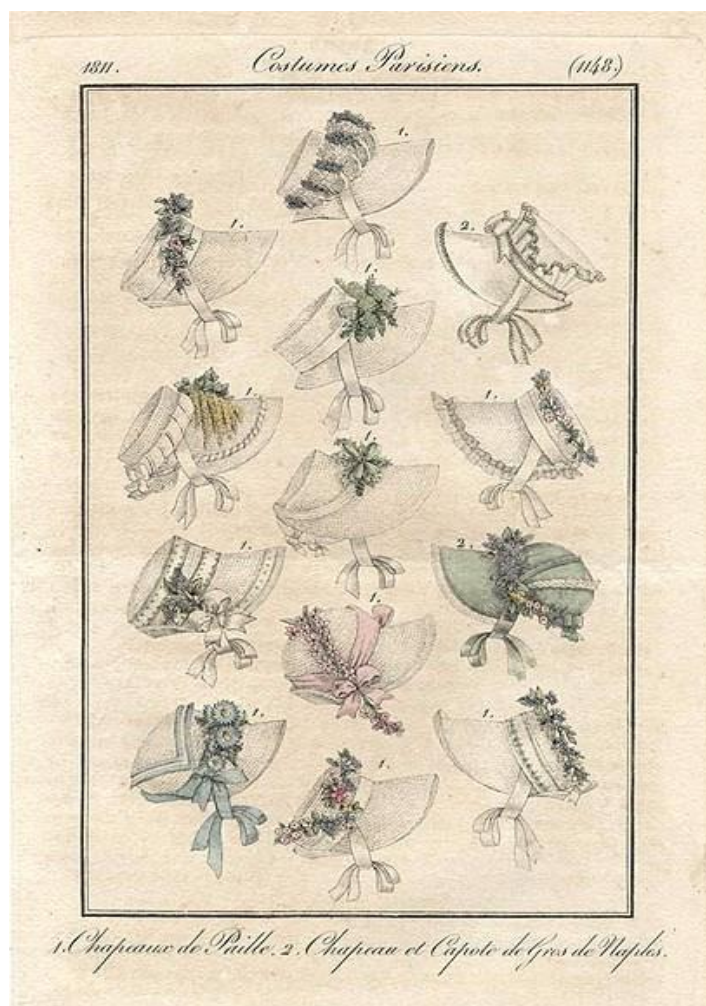


ภาพที่ 2.2 เซอร์แอนโทนี แวน ไดค์ อองรีที่ 2 เดอ ลอร์เรน ค.ศ. 1634 สีนํ้ามันบนผ้าใบ

ขนาด 204.6x 123.8 ซม. หอศิลป์แห่งชาติ วอชิงตัน ดี.ซี. หมายเลขเข้าถึง 1947.14.1

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 18 เครื่องทอแบบใช้เครื่องยนต์ของชาวต่างชาติได้ปฏิวัติการผลิตริบบิ้นอีกครั้ง โดยสามารถผลิตริบบิ้นได้ 6 แบบพร้อมกันบนเครื่องทอเครื่องเดียว นวัตกรรมทางอุตสาหกรรมนี้กระตุ้นให้เกิดกระแสริบบิ้นทุกประเภทที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งเห็นได้ชัดจากสไตล์โรโกโกของฝรั่งเศส ทั้งชายและหญิงในสมัยนั้นต่างก็สวมริบบิ้นและโบตั้งแต่ส่วนบนของวิกสูงไปจนถึงปลายแหลมของรองเท้าเส้นเดี่ยวที่ดูอ่อนหวาน

หลังจากการล่มสลายของราชวงศ์ฝรั่งเศส ริบบิ้นยังคงเป็นเครื่องประดับยอดนิยม แม้แต่ในกลุ่มคนที่ต่อต้านสไตล์โรโกโกอย่างสุดโต่ง ผู้หญิงที่สวมชุดในยุครีเจนซีที่ต่อต้านโรโกโกอย่างชัดเจน มักจะสวมหมวกคลุมศีรษะที่ประดับด้วยโบและดอกไม้ที่ทำจากริบบิ้น หมวกคลุมศีรษะเหล่านี้ยังคงเป็นที่นิยมในหมู่ผู้หญิงตลอดศตวรรษที่ 19 แม้ว่าริบบิ้นที่เป็นเครื่องประดับสำหรับผู้ชายจะไม่ค่อยเป็นที่นิยมแล้วก็ตาม ความชอบในสไตล์วิกตอเรียนที่มีต่อทรงผมถักเปียที่ประดิษฐ์ให้มีที่ว่างเหลือให้ติดริบบิ้นกับผมผู้หญิงได้มากขึ้น เมื่อสิ้นสุดศตวรรษ หมวกสตรีที่ทันสมัยสามารถใส่ริบบิ้นหรูหราได้ 10-12 หลา รวมถึงสามารถทอเพิ่มเติมลงในผมด้านล่างได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.3 ภาพประกอบหมวกที่เงินซี่จากเครื่องแต่งกาย Parisiennes, 1811

ในปี 1939 ภาพยนตร์คลาสสิกเรื่อง *Gone with the Wind* และ *The Wizard of Oz* ได้นำเสนอตัวนางสาวของพวกเธอในรูปของหญิงสาวที่เปี่ยมด้วยชีวิตชีวา โดยที่ทรงผมของพวกเธอถูกประดับด้วยโบสีแดงและสีน้ำเงิน โบติดผมกลายมาเป็นเครื่องประดับที่เก๋ไก๋สำหรับผู้หญิงในวงการภาพยนตร์และแฟชั่นๆ โบมีนัยยะที่เจ้าชู้ ซึ่งเห็นได้จากบทความของ นิตยสาร LIFE เมื่อปี 1944 ที่กล่าวถึงความหมาย โรแมนติกต่างๆ ของโบติดผมของหญิงสาว

ซึ่งไม่ต่างจากจุดประสงค์ของกุญแจรักที่ได้รับความนิยมเมื่อสี่ศตวรรษก่อนเลย ในรัสเซียยุคปัจจุบัน โบติดผมของหญิงสาวมีจุดประสงค์ทางการเมืองมากกว่านั้นมาก เด็กผู้หญิงจะสวมโบสีขาวโปร่งบางขนาดใหญ่สองอันที่เรียกว่า bantiki (แบนทิกี้) เป็นส่วนหนึ่งของชุดนักเรียนเพื่อแสดงความรักดีต่อสหภาพโซเวียต



Bow on the top of her head means that Ann Mitchell is "out to get herself a man."



Bow worn in back means that Betty Dupree is "not interested in men."

GIRL'S HAIR-DO REVEALS LOVE LIFE



Bow worn on the right side indicates that Becky Brown is deeply in love.



Bow worn at left is a signal and challenge. It means Betty Chaney is "going steady."

ภาพที่ 2.4 ทรงผมของเด็กผู้หญิงเผยให้เห็นชีวิตแห่งความรัก

นิตยสาร LIFE 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2487

ตั้งแต่นางฟ้าแห่งยุคเรเนสซองส์ไปจนถึงดาราดังบนจอเงิน โบทิดผมเป็นเครื่องประดับที่คู่ควรกับแฟชั่นมาโดยตลอดในประวัติศาสตร์การแต่งกายที่เป็นลายลักษณ์อักษร จนถึงศตวรรษที่ 20 นักออกแบบชาวฝรั่งเศสอย่าง Brigitte Bardot, Catherine Deneuve และ Anna Karina ได้นำโบทิดผมกลับมาเป็นส่วนหนึ่งของดาราดังในยุค 1960 อีกครั้ง โดยเพิ่มความน่ารักด้วยการใช้อายไลเนอร์แบบมีปีกและชายกระโปรงสั้น ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ดาราดังอย่าง Madonna และ Lady Gaga ก็ได้เพิ่มความแปลกตาให้กับริบบิ้นติดผมเช่นกัน โดยขยายขนาดให้ใหญ่ขึ้นและจับคู่กับหมุดพั้งค์ที่ไม่เข้ากัน ไม่ว่าจะใช้เพื่อสื่อถึงความสัมพันธ์โรแมนติกหรือความสัมพันธ์ทางการเมือง ริบบิ้นก็เป็นเครื่องประดับที่ปรับแต่งได้ไม่สิ้นสุด และดูสวยงามไม่แพ้การมัดผมเป็นปมหรือมัดไว้ได้ต้นไม้

ในปัจจุบัน ริบบิ้นยังคงเป็นที่นิยมในงานตกแต่งต่างๆ ทั้งในด้านแฟชั่น การตกแต่งงานอีเวนต์ หรือการทำของขวัญ รวมถึงยังมีการใช้ริบบิ้นในแคมเปญที่เป็นสัญลักษณ์ของการสนับสนุนสาเหตุทางสังคม เช่น ริบบิ้นสีชมพูที่ใช้เพื่อสนับสนุนการวิจัยมะเร็งเต้านม เป็นต้น ริบบิ้นจึงมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านแฟชั่นและการแสดงออกทางสังคมในหลายๆ ด้าน

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพวงมาลัย

2.1 ความหมายของพวงมาลัย

พวงมาลัย หมายถึง เครื่องประดับที่ทำจากดอกไม้หรือวัสดุต่างๆจากธรรมชาติ เป็นพวงดอกไม้ที่ถูกนำมาประกอบเป็นรูปทรงต่างๆ เช่น พวงห้อยคอ หรือ พวงสำหรับประดับศีรษะ โดยมักใช้ในการแสดงความเคารพหรือความรัก เช่น การมอบให้แก่ผู้สูงอายุ หรือใช้ในพิธีกรรมต่างๆ นอกจากนี้ "มาลัย" ยังใช้ในความหมายของการประดับประดาหรือเครื่องประดับในรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น การมาลัยพานดอกไม้ เป็นต้น

พวงมาลัยริบบิ้น หมายถึง พวงมาลัยที่ทำด้วยริบบิ้นแทนการใช้ดอกไม้สด โดยการใช้ริบบิ้นในรูปแบบต่างๆ เช่น ริบบิ้นผ้าซาติน หรือผ้ากำมะหยี่มามัดรวมกันเป็นพวงหรือสายเพื่อสร้างความสวยงาม โดยลักษณะของพวงมาลัยริบบิ้นจะมีลักษณะเป็นการผูกริบบิ้นในรูปแบบต่างๆ เช่น เป็นโบหรือพวงที่ทำจากริบบิ้นที่มีหลายสีเส้นหรือหลายขนาด เพื่อให้ดูหรูหราหรือสร้างความโดดเด่น มักนำไปใช้ในโอกาสต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิด หรือพิธีสำคัญทางสังคม

2.2 ประวัติของพวงมาลัย

บรรพบุรุษของไทยเรามีชื่อเสียงในงานด้านศิลปะการประดิษฐ์อย่างมากมา โดยเฉพาะ การประดิษฐ์ตกแต่งพวงดอกไม้ ใบไม้ ผลไม้ และวัสดุอื่นๆ เป็นที่ขึ้นชื่อมานานแต่โบราณกาลแล้วแต่ไม่ปรากฏแน่ชัดว่าได้มีการเริ่มต้นมาแต่ในสมัยใดแน่ คงเนื่องมาแต่ไม่มีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรไว้นั่นเอง จึงไม่มีหลักฐานใดให้อนุชนรุ่นหลังได้สืบค้น ต่อมาในสมัยสุโขทัยเป็นราชธานีแต่ครั้งสมัยพระเจ้าอรรณมหาราช คือพระร่วงเป็นพระเจ้าแผ่นดิน พระสมณเอก คือ ท้าวศรีจุฬาลักษณ์ หรือนางนพมาศ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถในงานด้านฝีมือในการประดิษฐ์ดอกไม้สดเป็นเลิศ ในสมัยนั้นตามหลักฐานที่อ้างถึงในพระราชนิพนธ์เรื่องพระราชพิธี 12 เดือนตอนหนึ่งที่กล่าวถึงท้าวศรีจุฬาลักษณ์ได้คิดตกแต่งโคลอยให้งดงามวิจิตรกว่าโคลม ของพระสมณอื่นทั้งปวง โดยการนำเอาดอกไม้ต่างๆ มาประดิษฐ์ตกแต่ง และยังได้เอาผลไม้ มาทำการแกะสลักตกแต่งประกอบไปด้วย แต่ก็มิได้มีการอ้างถึงว่าในการตกแต่งครั้งนั้นมีการร้อยมาลัยมาประดับตกแต่งด้วย หรือไม่และในหลักฐานที่อ้างถึงตอนหนึ่งว่า ในเดือนเมษายนมีพระราชพิธีสนามใหญ่บรรดาเจ้าเมือง เศรษฐี คหบดี เข้าเฝ้าถวายบังคมสมเด็จพระร่วงเพื่อถวายเครื่องราชบรรณาการ พระสมณกำนัลต่างๆ ก็ร้อยกรองดอกไม้เป็นรูปสัตว์ต่างๆ ใส่เมี่ยงหมากถวายให้ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานแก่ ผู้มาเฝ้าและในครั้งนั้นนางนพมาศก็ร้อยดอกไม้สีเหลืองเป็นรูปพานทองสองชั้นรองชั้น มีระย้าระบายงดงามในชั้นใส่เมี่ยงหมากแล้วร้อยดอกไม้เป็นตาข่ายคลุมชั้นอีกทีหนึ่งเป็นที่เจริญตาและถูกกาลเทศะอีก สมเด็จพระร่วงเจ้าจึงทรงบัญญัติว่าถ้าชาวไทยทำการรับแขกเป็นการสนามใหญ่ มีการอวาทม์มงคล หรือวิวาทม์มงคล เป็นต้น ให้ร้อยกรองดอกไม้เป็นรูปพานชั้นหมากและให้เรียกว่า “พานชั้นหมาก”

ศิลปะการร้อยพวงมาลัยแพร่หลายซึ่งชาวไทยได้รับอิทธิพลการร้อยพวงมาลัยมาจากประเทศอินเดีย พร้อมกับการเผยแพร่ศาสนาพุทธ โดยลักษณะของพวงมาลัยไทยจะมีความปราณีตละเอียดอ่อนซึ่งจะมีความแตกต่างจากพวงมาลัยอินเดียที่ทำจากดอกไม้ขนาดใหญ่ไม่ใช่เข็มร้อยเพราะมีความเชื่อว่า ไม่ควรหักดอกไม้ จึงใช้วิธีนำก้านดอกไม้มามัดต่อกันไปจนเป็นพวงมาลัยซึ่งมีขนาดใหญ่พอจะสวมคอเทวรูปขนาดเท่าคนจริงได้ ซึ่งพวงมาลัยมีรากฐานจากความเชื่อและการปฏิบัติในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งอินเดีย ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของความเชื่อเกี่ยวกับการใช้ดอกไม้ในพิธีกรรมต่างๆ ในสมัยโบราณ การใช้ดอกไม้ในการถวายแก่เทพเจ้าและวิญญาณได้รับการแพร่หลายไปยังประเทศต่างๆ

ส่วนของไทยนั้น ด้วยภูมิประเทศที่แตกต่างกันทำให้ดอกไม้ในประเทศไทยมีขนาดเล็กกว่าและ ออกดอกเยอะ มีกลิ่นหอม จึงต้องประยุกต์ใช้วิธีร้อยเข็มทำเป็นพวงมาลัยแทน ค่านิยมที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดระหว่างไทยกับอินเดียอีกอย่าง คือ การร้อยพวงมาลัยฉบับอินเดียจะนิยมให้ผู้ชายทำแต่การร้อยพวงมาลัยของไทยเราเป็นที่นิยมในหมู่สตรีเท่านั้น ยามว่างเมื่อใดหญิงชั้นสูงแต่ละบ้านจะมาจับกลุ่มประชันฝีมือการร้อยพวงมาลัยกันอย่างจริงจัง ซึ่งบุคคลที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการร้อยพวงมาลัยให้หลากหลายงดงามมากขึ้น คือ สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ หรือ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในสมัยรัชกาลที่5จึงถือเป็นยุคทองของการร้อยพวงมาลัยเลยก็ว่าได้ แตกต่างกับปัจจุบันที่การร้อยพวงมาลัยเริ่มกลายเป็นเพียงงานอดิเรกเฉพาะกลุ่มไปแล้ว ซึ่งพวงมาลัยมักใช้ในพิธีกรรมต่างๆ ทั้งทางศาสนาและประเพณีในวัฒนธรรมไทย โดยมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่หลากหลาย เช่น การแสดงความเคารพ การขอพร การขอโทษ หรือการแสดงความรักและความเคารพต่อผู้ที่ได้รับพวงมาลัยและในบางกรณีพวงมาลัยยังถือเป็นสัญลักษณ์ของการเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน เช่น การมอบพวงมาลัยในงานแต่งงานหรือพิธีมงคลต่างๆ นอกจากนี้พวงมาลัยยังถูกใช้ในบางพื้นที่เพื่อแสดงความเคารพต่อเทพเจ้า เช่น ในพระพุทธศาสนา พวงมาลัยมีความสำคัญในการแสดงความเคารพต่อพระพุทธรูป พระภิกษุสงฆ์ หรือบุคคลที่มีเกียรติ โดยเฉพาะในพิธีกรรมทางศาสนา การถวายพวงมาลัยแก่พระภิกษุหรือพระพุทธรูปในงานบุญและเทศกาลต่างๆ นอกจากจะเป็นการแสดงถึงความเคารพแล้ว ยังเป็นการขอพรให้ชีวิตมีความสุขสงบ ในสมัยโบราณ การถวายพวงมาลัยมักจะทำด้วยดอกไม้ที่มีความหมายพิเศษ เช่น ดอกมะลิ ดอกจำปา หรือดอกบัว ซึ่งแต่ละดอกมีความหมายในทางศาสนาและความเชื่อ เช่น ดอกมะลิมีความหมายถึงความบริสุทธิ์และความรักที่ไม่มีเงื่อนไข การทำบุญหรือถวายพวงมาลัยให้กับพระภิกษุสงฆ์ในเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ โดยพวงมาลัยมียังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงการเชื่อมต่อระหว่างโลกมนุษย์กับโลกเหนือธรรมชาติ และเป็นสัญลักษณ์ของความสวยงาม ความบริสุทธิ์ และความสงบเสถียร โดยพัฒนาการของพวงมาลัย มีดังนี้

- ในสมัยก่อนปรับประเทศ

วัฒนธรรมการร้อยพวงมาลัยของชนชั้นสูง มีมาแต่ครั้งสมัยสุโขทัย เป็นการช่างฝีมือ ถือกำเนิดขึ้นภายในราชสำนัก มาลัยถือเป็นของสูงใช้สำหรับเจ้าฟ้าเจ้าแผ่นดินถวายเป็น พุทธบูชา และใช้ในการประดับตกแต่งหมู่พระวิมาน พระแท่น หรือใช้ในพระราชพิธีต่างๆ เช่น ในงาน พระศพสมเด็จพระปิยมาวดี ศรีพัชรินทรมาตา ซึ่งเป็นพระมารดาของสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ พระพันปีหลวง สมเด็จพระพันปีหลวง มีพระราชเสาวนีย์ดำรัสให้ ท้าววรคณานันท์ (ม.ร.ว. ปุ้ม มาลากุล) จัดทำมาลัยไปประดับพระศพเช่น ตกแต่งตามฉัตรรัตพระโกศ และแขวนตามประตู หน้าต่าง ตามประเพณีงานใหญ่ๆ ของเจ้านายตลอดงานนี้ มาลัยตกแต่งเปลี่ยนสีเปลี่ยนรูป เปลี่ยนแบบเรื่อยๆ จึงนับได้ว่าตั้งแต่บัดนั้น การร้อยมาลัยได้มีการวิวัฒนาการก้าวหน้ากว่าเดิม ที่เป็นต้นมาหลายแบบและในระหว่างนั้นท่านเจ้าคุณประยูรวงศ์ ก็ได้จัดทำมาลัยครุยขึ้นมา ท้าววรคณานันท์ เป็นผู้มีความเชื่อเสียว่าเป็นเจ้าของมาลัยงามหลายแบบและความรู้ความชำนาญในเรื่อง มาลัย ได้สืบทอดมาจนถึง ม.ล.ป๋อง มาลากุล ผู้ซึ่งมีความสามารถในเรื่อง การทำดอกไม้สด และดอกไม้แห้งเป็นอย่างยิ่ง (อุมานราชธน, พระยา, 2516 : 1)



ภาพที่ 2.5 ภาพท้าววรคณานันท์ (ม.ร.ว.ปุ้ม มาลากุล)

- ในวัฒนธรรมของคนชั้นสูง

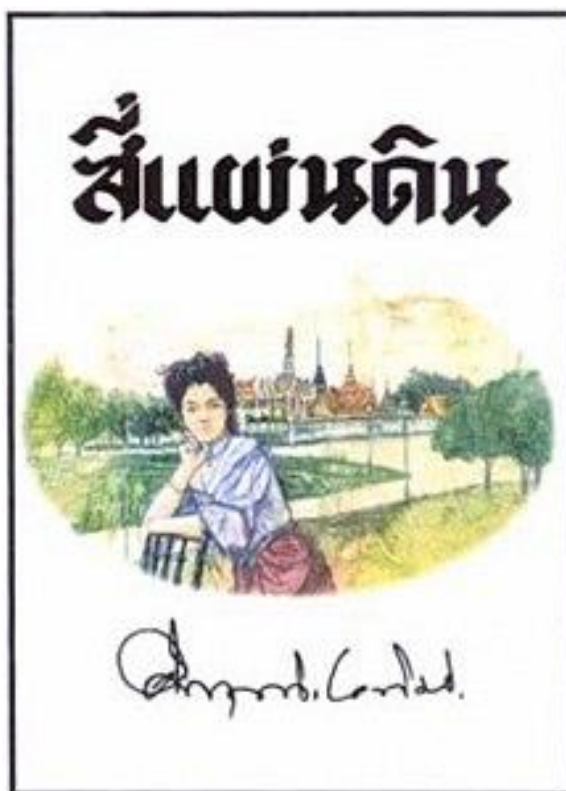
มีการใช้พวงมาลัยในพระราชพิธีต่างๆ เช่น พระราชพิธีฉัตรมงคล พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญนอกจากนี้ในสังคมคนชั้นสูงมีพวงมาลัยเกี่ยวข้องในวิถีชีวิต เช่น การทำบุญ คนชั้นสูงมักทำพวงมาลัยโดยการร้อยมาลัยแบบวิจิตรบรรจงเพื่อถวายพระภิกษุสงฆ์ นอกจากนี้ครอบครัวของคนชั้นสูงส่งเสริมให้สตรีมีการศึกษาเกี่ยวกับการร้อยพวงมาลัยในรูปแบบต่างๆ ซึ่งแสดงถึงความอ่อนโยนละเอียดลออและบ่งบอกความเป็นกุลสตรีที่ดีจนเป็นศาสตร์ของคนชั้นสูง

- หลังปรับประเทศให้ทันสมัย

วัฒนธรรมการร้อยดอกไม้ ลงมาที่สามัญชนวัฒนธรรมข้ามชั้นได้เพราะ

1. การเลิกทาส 23 ตุลาคมของทุกปี เป็นวันคล้ายวันสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทุกปีจะมีการวางพวงมาลาดอกไม้ที่พระบรมรูปทรงม้า เพื่อเป็นการรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

“พระราชบัญญัติทาส ร.ศ.124 ซึ่งเป็น พระราชบัญญัติที่ตราขึ้นเพื่อกำหนดเรื่องทาสในเรือนเบี้ยให้เป็นไปอย่างเด็ดขาด โดยกำหนดให้เด็กที่เกิดจากพ่อหรือแม่ที่เป็นทาส ไม่จำเป็นต้องเป็นทาสอีกต่อไป” เนื่องจากการที่ ร.5 สั่งให้ลูกหลานที่เกิดจากทาสนั้นไม่ต้องเป็นทาสแล้วเหมือนในสมัยก่อนหน้านี้ อาจทำให้เกิดการแพร่หลายของวัฒนธรรมชั้นสูงลงมาถึงชั้นสามัญชน ดังหลักฐานที่ปรากฏชัดใน นวนิยาย “สี่แผ่นดิน” ของ หม่อมราชวงศ์ศีกฤติ ปราโมช ที่มีเนื้อหาอิงประวัติศาสตร์ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ถึง รัชกาลที่ 8 โดยมีเนื้อความที่กล่าวถึงการร้อยพวงมาลัยดังนี้ “พลอยเริ่มร้อยมาลัยเป็น ถึงจะยังไม่งามแต่ก็พอเข้ารูป คุณสายหัดให้พลอยปอกมะปรางริ้ว ซึ่งต้องลงทุนไปด้วยมะปรางเป็นอันมาก และแผลที่นิ้วมือของพลอยหลายแผล และเมื่อพลอยปอกมะปรางพอแลเห็นริ้วได้ เสด็จก็รับสั่งให้หาขึ้นไปปอกถวายทอดพระเนตรและทรงตักเตือนสั่งสอนวิธีปอกให้หลายอย่าง” จะเห็นได้ชัดว่าวิชาการเรือนต่างๆ ได้เริ่มเข้าสู่คนสามัญชนแล้ว



ภาพที่ 2.6 หนังสือนวนิยาย เรื่อง สี่แผ่นดิน

2. การปฏิรูปการศึกษา การปฏิรูปการศึกษาในรัชกาลที่ 5 นับได้ว่าเป็นการปฏิรูปที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะแสดงให้เห็นว่า รัชกาลที่ 5 ทรงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษา ซึ่งจะมีส่วนในการปรับปรุงประเทศให้ทันสมัยตามแบบตะวันตกได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นการปฏิรูปการศึกษาให้สอดคล้องกับระบบการศึกษาของตะวันตก ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าไปมากแล้ว ผลของการปฏิรูปการศึกษา (เฉพาะที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการใช้พวงมาลัย)

- ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างมาก เพราะการศึกษาสมัยใหม่ได้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาบุคคลทุกระดับ ให้มีความรู้ความเข้าใจต่อการปรับตัวเข้าสู่ความทันสมัยตามแบบตะวันตกเช่น มีการนับถือศาสนาเกิดขึ้น

- เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพและความเป็นอยู่ของบุคคลที่ถูกปลดปล่อยออกมาจากระบบไพร่และทาส (อาจรวมถึงการทำดอกไม้ขाय เพื่อเอาไว้ใช้สักการะบูชาพระ ซึ่งเป็นอาชีพที่มีมาจนถึงทุกวันนี้)

- ส่งผลให้อาชีพรับราชการเป็นที่นิยมของสังคมไทย (ตั้งแต่นั้นมาทำให้ประชากรส่วนใหญ่ใกล้ชิดกับชนชั้นสูงและมีการซึมซับวัฒนธรรม)

3. การเปลี่ยนแปลงการปกครอง 2475

- ผลกระทบทางด้านการเมือง เป็นการสิ้นสุดพระราชอำนาจในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ถึงแม้ว่าพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวจะทรงยอมรับการเปลี่ยนแปลง

และทรงยินยอมพระราชทานรัฐธรรมนูญให้กับปวงชนชาวไทย แต่พระองค์ก็ทรงเป็นห่วงว่าประชาชนจะมีได้รับอำนาจการปกครองที่พระองค์ทรงพระราชทานให้โดยผ่านทางคณะราษฎรอย่างแท้จริง ครั้นนี้อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและการใช้งานของพวงมาลัย จากที่เคยใช้ในชนชั้นสามัญตั้งแต่ ร.5 เป็นต้นมา ในด้านของรูปแบบนั้นอาจมีการประดับและตกแต่งในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น สวยงามมากขึ้นในด้านการใช้งาน ไม่ได้ใช้แค่การประกอบพิธีการอย่างเดียวเพราะเนื่องจากมีรูปแบบที่สวยงามขึ้นก็จะทำให้เกิดการนำไปปรับใช้ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การใช้เป็นสิ่งแทนความยินดี การเคารพบน้อมผู้อาวุโส หรือการนำมาใช้ประดับตกแต่ง ตามรูปแบบที่เปลี่ยนไปของพวงมาลัย

- ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ เปลี่ยนแปลงที่ส่งผลทางด้านเศรษฐกิจ แต่ในผลกระทบทางด้านนี้ไม่ได้ส่งผลให้ระบบเปลี่ยนแปลงไปมาก ประเทศไทยยังคงเน้นรูปแบบเศรษฐกิจไปทางด้านเกษตรกรรม ทำให้ยังมีการพัฒนารูปแบบต่างๆ ของการนำดอกไม้หรือ พืชพรรณต่างๆ มาต่อยอดเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกในการนำไปใช้งานให้เหมาะสมกับในโอกาสต่างๆ

- ผลกระทบทางด้านสังคม ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองประชาชนมีสิทธิและเสรีภาพมีการออกความคิดเห็น การเข้าถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางราชการ สามารถพบเห็นได้อย่างแพร่หลายรู้จักการประดิษฐ์พวงมาลัย เพื่อใช้ในการทำความเคารพหรือนำมาประกอบอาชีพ เพราะฉะนั้นหลังการปกครอง 2475 นี้พวงมาลัยไม่ได้เป็นวัฒนธรรมที่ตกทอดแค่ชนชั้นสูงอีกต่อไปดังหลักฐานที่ปรากฏเด่นชัดใน นวนิยาย “หมิ่นกับปุ่น” ของ จุลลดา ภักดีภูมินทร์นามปากกาของ หม่อมหลวงศรีฟ้า มหาวรรณ โดยมีข้อความตอนหนึ่งว่า

“วันนี้ก็ยังงี้ แม่ปีปจัดดอกไม้เป็นการใหญ่” “เป็นการใหญ่ที่ไหนกัน น้องก็จัดอย่างนี้ทุกเย็น บางวันก็สุกเอาเผากิน แล้วแต่อารมณ์” “คุณปีปวางมาลัยดอกมะลิลงบนพานแก้วใบหนึ่งกะให้มาลัยนั้นพอดีกับขอบพาน วางมาลัยครึ่งซีกขดเป็นวงซ้อนลงไป แล้วจึงบรรจุเสียบดอกจำปีลงไปตรงกลางช่องว่างของวงมาลัยครึ่งซีกเสียบลดหลั่นกันขึ้นไปจนถึงดอกสุดท้ายตรงยอด มองดูเป็นพุ่มดอกมะลิที่มียอดเป็นดอกจำปี” “ระหว่างที่คุณปีปเสียบดอกจำปีนั้น คุณจำปาพี่สาวมองดูพลางก็กล่าวว่าระวังให้ดิ้นะ จัดดอกไม้บูชาพระไม่สมำเสมอแล้วแต่อารมณ์ ระวังจะมีความสุขไม่สมำเสมอในชาติหน้า”

จากข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นชัดว่า การร้อยมาลัยได้เข้าสู่สามัญชนในช่วงยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองอย่างเต็มตัวแล้ว โดยที่คนสามัญชนได้ความรู้การเรือนมาจากในวังและได้นำมาทำเองเมื่อชีวิตได้อิสระมากขึ้น และได้นำความรู้พื้นฐานนี้มาประกอบเป็นอาชีพต่อไป พวงมาลัยในสมัยปัจจุบันนี้ หลังจากผ่านมามากหลายยุคสมัยและหลายสาเหตุแตกต่างกับในสมัยก่อนตรงความหลากหลายของรูปแบบการใช้งานและที่สำคัญที่สุดคือ ความหมาย ซึ่งในสมัยก่อนนั้น พวงมาลัยอาจหมายถึง แค่การเคารพบูชา อย่างเดียวแต่ในปัจจุบันนี้นั้นพวงมาลัย คือ การบูชาพระ ตัวแทนของ

ความเคารพผู้มีพระคุณ การแสดงความยินดี แสดงความชื่นชม (นักร้อง) ความสวยงาม (นายอุปสมบท ศรีนวม, สัมภาษณ์, 2559)



ภาพที่ 2.7 หนังสือนวนิยาย เรื่อง ขมื่นกับปูน

ในปัจจุบัน พวงมาลัยมีการพัฒนาในด้านรูปแบบและวัสดุ เช่น การใช้ดอกไม้สดในการทำ พวงมาลัย หรือการใช้วัสดุอื่นๆ เช่น ด้ายไหม ริบบิ้น หรือวัสดุสังเคราะห์อื่นๆ เพื่อให้พวงมาลัยสามารถใช้งานได้นานขึ้น ในบางครั้งพวงมาลัยยังมีการประดับประดาด้วยธนบัตรหรือเครื่องประดับอื่นๆ เพื่อเสริมความสวยงามและมูลค่า



ภาพที่ 2.8 พวงมาลัยดอกไม้อสด



ภาพที่ 2.9 พวงมาลัยริบบิ้น

2.3 ประเภทของมาลัย

มาลัยแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. แบ่งตามหน้าที่ใช้สอย ได้แก่ มาลัยชายเดี่ยว ใช้สำหรับคล้องมือ คล้องแขน หรือบูชาพระ มาลัยสองชาย ใช้สำหรับคล้องคอ แขนวนหน้ารถ หรือแขวนหัวเรือ และ มาลัยของชำร่วย ใช้มอบตอบแทนเป็นการขอบคุณแขกที่มาร่วมงานนั้นๆ

2. แบ่งตามลักษณะรูปแบบของการร้อย ได้แก่ มาลัยซีกหรือมาลัยเสี้ยว มาลัยกลม มาลัยแบน มาลัยรี มาลัยสามเหลี่ยม มาลัยสี่เหลี่ยม มาลัยตุ้ม มาลัยตัวหนอน มาลัยตัวหนอนคู่ มาลัยสามกษัตริย์ และมาลัยพวงดอกไม้

3. แบ่งตามลักษณะโครงร่างโดยทั่วไป ได้แก่ มาลัยตัวสัตว์ มาลัยลูกโซ่ มาลัยเปีย มาลัยเถา มาลัยครุย และมาลัยดอกกล้วยไม้

4. แบ่งตามรูปแบบของการร้อย เช่น

- มาลัยซีก หรือเสี้ยว หมายถึง มาลัยที่ร้อยตามขวางเพียงครึ่งวงกลม
- มาลัยกลม หมายถึง มาลัยที่ร้อยตามขวางเป็นวงกลม ตามยาวไปตลอดเข็ม
- มาลัยแบน หมายถึง มาลัยที่มีรูปทรงตามขวาง เป็นรูปยาวตามกลีบ ปลายกลีบของด้านตรงข้ามยาวประมาณจดแนวเส้นรอบวงแต่ปลายกลีบของด้าน ขวางและด้านตรงข้ามแคบ
- มาลัยรี หมายถึง มาลัยที่มีรูปทรงตามขวาง เป็นรูปรูปทรงตามยาวขึ้นไปตลอดเข็ม
- มาลัยสามเหลี่ยม หมายถึง มาลัยที่มีรูปทรงตามขวาง เป็นรูปสามเหลี่ยม
- มาลัยสี่เหลี่ยม หมายถึง มาลัยที่มีรูปทรงตามขวาง เป็นรูปสี่เหลี่ยมด้าน
- มาลัยตุ้ม หมายถึง มาลัยที่มีรูปทรงตามขวางเป็นรูปวงกลมขนาดเล็กแล้ว ค่อยๆใหญ่ขึ้นที่ตรงกลาง หัวท้ายเรียว ช่วงกลางโค้งมน
- มาลัยตัวหนอน หมายถึง มาลัยที่มีลักษณะคล้ายมาลัยตุ้มแต่ยาวกว่า
- มาลัยตัวหนอนคู่ หมายถึง มาลัยที่มีลักษณะเหมือนมาลัยตุ้ม 2 ตุ้มร้อยต่อกัน
- มาลัยสามกษัตริย์ หมายถึง มาลัยที่ร้อยด้วยดอกบานไม่รู้โรยเป็นชั้นๆ คล้องต่อกันสามวง
- มาลัยพวงดอกไม้ หมายถึง มาลัยที่ร้อยด้วยดอกไม้เรียงต่อกันเป็นสายยาวผูกกันเป็นวง

2.4 ประโยชน์ของพวงมาลัย

ประโยชน์ของพวงมาลัยมากคุณค่าและเต็มไปด้วยความหมายพวงมาลัยเป็นตัวแทนของความประณีตและความสวยงามที่มีความเป็นไทยอย่างแท้จริง การมอบพวงมาลัยให้แม่ไม่เพียงแต่เป็นการให้ของขวัญที่สวยงาม แต่ยังเป็นการแสดงความรักและความเคารพ สร้างความทรงจำที่ดีอยู่ในใจตลอดกาล

- การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พวงมาลัยมักใช้ในการบูชาพระหรือเทพเจ้าตามความเชื่อในศาสนาพุทธและศาสนาฮินดู เช่น การถวายพวงมาลัยในการสักการะพระพุทธรูปหรือเทพเจ้าต่างๆ เพื่อขอพรและแสดงความเคารพ

- การแสดงความเคารพ พวงมาลัยเป็นสัญลักษณ์ของความเคารพและความมีน้ำใจ มักใช้ในโอกาสต่างๆ เช่น การมอบให้กับผู้ใหญ่หรือคนที่เรานับถือในฐานะการแสดงความเคารพหรือขอโทษ

- ในพิธีทางศาสนา พวงมาลัยมักถูกใช้ในพิธีกรรมต่างๆ เช่น การทำบุญวันเกิด การถวายมาลัยให้พระสงฆ์ หรือในพิธีกรรมของงานมงคลต่างๆ

- การประดับตกแต่ง พวงมาลัยยังใช้ในการตกแต่งสถานที่ในงานต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานบุญ หรือการเฉลิมฉลองต่างๆ โดยจะเพิ่มความสวยงามและบรรยากาศที่อบอุ่น

- สัญลักษณ์ของความรักและความสัมพันธ์ ในหลายๆ วัฒนธรรม พวงมาลัยใช้แสดงความรัก ความผูกพัน และความหวังดีต่อกัน เช่น การมอบพวงมาลัยให้กับคู่รักหรือในงานแต่งงาน

- ช่วยเสริมความเป็นสิริมงคล ในบางเชื่อว่า พวงมาลัยที่ทำจากดอกไม้จะช่วยเสริมความโชคดีและสิริมงคลให้กับผู้รับ ซึ่งดอกไม้ที่นิยมนำมาร้อยเป็นพวงมาลัยให้พระ มีดังนี้

1. ดอกมะลิ

ดอกมะลิเป็นดอกไม้สีขาว และมีกลิ่นหอม การถวายพวงมาลัยให้พระจากดอกมะลิ จึงเป็นสัญลักษณ์ของจิตใจที่บริสุทธิ์ ผ่องแผ้ว สงบสุข อีกทั้งยังมีความเชื่อว่าการถวายพวงมาลัยให้พระจากดอกมะลิจะช่วยเสริมความสุขให้กับชีวิตได้อีกด้วย

2. ดอกรัก

ดอกรักเป็นดอกไม้ที่สื่อถึงความรัก และความสุข อีกทั้งยังมีความแข็งแรงคงทน ชาวพุทธส่วนใหญ่จึงนิยมถวายพวงมาลัยดอกไม้สด พวงมาลัยดอกไม้สด พวงมาลัยให้พระจากดอกรัก เพื่อขอพรให้มีความรัก และความสุขที่มั่นคงยาวนานเหมือนอย่างเช่นดอกรัก

3. ดอกจำปา

ดอกจำปาเป็นดอกไม้ที่ความเป็นสิริมงคล อีกทั้งยังมีกลิ่นหอม และมีรูปดอกที่สวยงาม เพราะฉะนั้นแล้วดอกจำปาจึงเป็นอีกหนึ่งดอกไม้มงคลที่นิยมนำมาร้อยเป็นพวงมาลัยดอกไม้สดและพวงมาลัยให้พระเพื่อช่วยเสริมดวงด้านการงานและความรุ่งเรืองก้าวหน้าของชีวิต

4. ดอกบานไม่รู้โรย

พวงมาลัยดอกไม้สด และพวงมาลัยให้พระจากดอกบานไม่รู้โรย เป็นอีกหนึ่งพวงมาลัยให้พระที่มาพร้อมด้วยความหมายมงคล โดยดอกบานไม่รู้โรยเป็นสัญลักษณ์ของการเอาชนะอุปสรรค และความไม่ย่อท้อ ชาวพุทธจึงนิยมถวายพวงมาลัยให้พระจากดอกบานไม่รู้โรย เพื่อการช่วยเสริมสิริมงคลให้ชีวิตก้าวผ่านอุปสรรคได้อย่างราบรื่น

5. ดอกกุหลาบ

ดอกกุหลาบเป็นดอกไม้ที่มีความหมายถึงความรัก เสน่ห์ เมตตา ผู้ที่มีปัญหาด้านความรักจึงมักถวายพวงมาลัยดอกไม้สดและพวงมาลัยไหว้พระจากดอกกุหลาบ เพื่อช่วยเสริมให้ความรักราบรื่น และสมหวัง อีกทั้งยังเพื่อช่วยให้มีคนเมตตามากขึ้น

2.5 ส่วนประกอบของมาลัย

- 1) ตัวมาลัย คือ ส่วนที่อยู่ตรงกลางมาลัย
- 2) อูบะ คือ ส่วนที่ตกแต่งตัวมาลัยเพื่อเพิ่มความสวยงาม
- 3) มาลัยซีก คือ มาลัยชนิดหนึ่ง มีลักษณะรูปทรงตามขวางเพียงเสี้ยวหนึ่งถึงครึ่งวงกลมสำหรับนำไปผูกมัดเป็นมาลัยลูกโซ่ หรือสำหรับผูกปิดรอยต่อของตัวมาลัยกับอูบะเพื่อให้เกิดความสวยงามยิ่งขึ้น
- 4) ริปบินหรือโบ คือ ส่วนที่ผูกติดกับมาลัยสำหรับคล้องคอ หรือแทนหูหิ้วมักใช้กับมาลัยสองชาย

3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับริปบิน

3.1 ประเภทของริปบิน

- ริปบินผ้า (Fabric Ribbon) ทำจากผ้า เช่น ผ้าไหม ผ้าซาติน ผ้าฝ้าย หรือผ้ากำมะหยี่ เหมาะสำหรับงานประดิษฐ์ตกแต่ง งานหัตถกรรม งานแต่งงาน ตกแต่งของขวัญ หรือทำเป็นโบที่เสื่อผ้า ซึ่งจะให้ความรู้สึกนุ่มนวล มีความยืดหยุ่นสูง และสามารถตัดเย็บได้ง่าย
- ริปบินซาติน (Satin Ribbon) ผลิตจากผ้าโพลีเอสเตอร์ที่มีการทอแบบซาติน (Satin weave) ให้พื้นผิวเรียบเนียนและมันวาว นิยมใช้ในงานแต่งงาน งานหรูหรา เช่น ตกแต่งชุดเจ้าสาว ทำโบสำหรับปาร์ตี้ หรือใช้ในการตกแต่งของขวัญ เนื่องจากมีความเงางาม เรียบเนียน และให้ความรู้สึกหรูหรา
- ริปบินกำมะหยี่ (Velvet Ribbon) ทำจากผ้ากำมะหยี่ (Velvet) ซึ่งมีเนื้อสัมผัสนุ่ม และมีลักษณะฟู ใช้ในงานตกแต่งที่ต้องการให้ความหรูหรา เช่น งานแฟชั่น การตกแต่งชุด หรือการประดับของขวัญ มีลักษณะเนื้อนุ่ม มีความหนาและสัมผัสฟู ทำให้ดูหรูหรามากขึ้น
- ริปบินผ้าลินิน (Linen Ribbon) ทำจากผ้าลินิน ซึ่งมีพื้นผิวที่หยาบเล็กน้อยและไม่เรียบเนียน นิยมใช้ในงานที่เน้นสไตล์ธรรมชาติ เช่น งานหัตถกรรม งานประดิษฐ์ และตกแต่งงานแต่งงาน มีความแข็งแรง มีความทนทานและเหมาะกับการใช้งานที่ต้องการความรู้สึกอบอุ่นหรือธรรมชาติ
- ริปบินผ้าฝ้าย (Cotton Ribbon) ทำจากเส้นใยฝ้ายธรรมชาติ มีลักษณะนุ่มและระบายอากาศได้ดีและสามารถย้อมสีได้ง่าย ใช้ในการทำโบสำหรับตกแต่งเสื่อผ้า การทำการ์ดหรือของขวัญ หรือการทำงานหัตถกรรม

- ริปบินโพลีเอสเตอร์ (Polyester Ribbon) ทำจากผ้าโพลีเอสเตอร์ มีความทนทานและไม่ยับง่าย ใช้ในงานตกแต่งของขวัญการตกแต่งงานเทศกาล หรือในงานพิมพ์และโฆษณา ซึ่งให้ความแข็งแรง ทนทานต่อสภาพอากาศ และสีไม่จางง่าย

- ริปบินไหมพรม (Raffia Ribbon) ทำจากเส้นใยธรรมชาติ เช่น ไหมพรมหรือเส้นใยจากพืชไม้ไผ่นิยมใช้ในงานหัตถกรรมที่ต้องการความรู้สึกธรรมชาติ ดูสวยงามและดูเป็นธรรมชาติ มีเนื้อสัมผัสที่แตกต่างจากริปบินประเภทอื่น

- ริปบินเนื้อลูกฟูก (Corded Ribbon) มีลักษณะเป็นเส้นสายหรือเส้นยัดหยุนที่ทอให้เป็นรูปแบบลูกฟูก ใช้ในงานตกแต่งที่ต้องการให้ริปบินมีลักษณะพิเศษ เช่น งานแต่งงานหรูหราหรืองานศิลปะต่างๆ ให้ความยืดหยุ่นและมีลวดลายที่สะดุดตา

- ริปบินเงาวาว (Glitter Ribbon) เป็นริปบินที่มีการเพิ่มผงกลิตเตอร์หรือแวววาวเข้าไปใช้ในงานตกแต่งที่ต้องการความแวววาว เช่น ตกแต่งของขวัญในช่วงเทศกาลคริสต์มาส หรือในงานปาร์ตี้ เพื่อเพิ่มความระยิบระยับและแวววาว สวยงามในแสงไฟ

- ริปบินสายยาง (Elastic Ribbon) ทำจากยางหรือวัสดุที่มีความยืดหยุ่นสูง ใช้ในงานแพชชั่นหรือในการทำของขวัญที่ต้องการให้ริปบินมีการยืดหยุ่นสูง เช่น การทำโบบนกระเป๋หรือเสื้อผ้า ยืดหยุ่นดี สามารถยืดและหดได้

- ริปบินพิมพ์ลาย (Printed Ribbon) ริปบินที่มีลายพิมพ์บนพื้นผิว เช่น ลายดอกไม้ ตัวอักษรหรือโลโก้ นิยมใช้ในการตกแต่งงานต่างๆ ที่ต้องการให้มีลวดลายเฉพาะหรือในการทำของขวัญ สามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความได้ตามความต้องการ

- ริปบินโลหะ (Metallic Ribbon) ผลิตจากวัสดุที่มีประกายเงาวาว เช่น โพลีเอสเตอร์ ที่มีการเคลือบโลหะหรือการย้อมสีทองใช้ในงานที่ต้องการให้มีลักษณะหรูหรา เช่น งานตกแต่งในช่วงเทศกาลหรืองานอีเวนต์ ทำให้มีความเงางามและดูหรูหรา

3.2 การใช้ริปบินในวัฒนธรรมต่างๆ

- ในงานแต่งงาน ริปบินมีความหมายเกี่ยวกับการเชื่อมโยงและความรัก ในหลายๆ วัฒนธรรมริปบินถูกใช้ในการตกแต่งงานแต่งงาน เช่น การทำพวงมาลัยหรือโบให้เจ้าสาวและเจ้าบ่าว

- ในงานคริสต์มาส ริปบินมักใช้ในการตกแต่งต้นคริสต์มาส หรือในงานมอบของขวัญ

- การประดับราชวงศ์ ริปบินเป็นสัญลักษณ์ของเกียรติยศและสถานะในหลายวัฒนธรรมโดยเฉพาะในงานราชสำนักริปบินจึงไม่ได้เป็นแค่สิ่งของตกแต่งทั่วไป แต่มีความสำคัญทั้งในด้านความหมายทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างความประทับใจในงานต่างๆ ได้อย่างมีเสน่ห์และความงาม

3.3 การใช้ริบบิ้นในต่างประเทศ

โดยมีพอสังเขป ดังนี้

3.3.1 การใช้ริบบิ้นในประเทศจีน ริบบิ้นในวัฒนธรรมจีนมีความสำคัญและความหมายที่ลึกซึ้งมากมาย โดยมักจะถูกใช้ในหลากหลายโอกาส ทั้งในด้านความงาม การตกแต่งและในบริบททางศาสนาและสังคม ขอนำเสนอบทบาทของริบบิ้นในวัฒนธรรมจีนในหลายๆ ด้านดังนี้

- การใช้ริบบิ้นในงานแต่งงาน ในงานแต่งงานจีน ริบบิ้นมักถูกใช้ในการตกแต่งอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับความสุขและความเจริญรุ่งเรือง สีแดงมีความสำคัญอย่างยิ่งในวัฒนธรรมจีน เพราะเชื่อว่าเป็นสีแห่งโชคลาภและความสุข โดยเฉพาะในงานแต่งงาน ริบบิ้นสีแดงจะถูกใช้ในการตกแต่งบ้าน ชุดเจ้าสาว หรือในซองเงิน (หรือที่เรียกกันว่า ฮ่งโจ หรือ ฮ่งเจีย) ที่มักจะให้ในพิธีการ หรือการประดับของขวัญการตกแต่งของขวัญให้กับคู่บ่าวสาวมักใช้ริบบิ้นสีแดงหรือลวดลายที่โชคดี เพื่อเสริมความหมายในเรื่องของความสุขและความร่ำรวย

- ริบบิ้นในเทศกาลและพิธีการ ในช่วงเทศกาลตรุษจีน ริบบิ้นมักถูกใช้ในการตกแต่งบ้าน ประติมากรรม หรือสิ่งของต่างๆ เพื่อขับไล่ความชั่วร้ายและดึงดูดโชคลาภ โดยเฉพาะริบบิ้นสีแดงที่มีลักษณะพิเศษ เช่น การใช้ริบบิ้นในรูปแบบของโบใหญ่ๆ ตกแต่งต้นไม้ หรือประดับสิ่งของ เช่น ซองอั่งเปา การตกแต่งบ้านในช่วงเทศกาลมักจะใช้ริบบิ้นในการประดับประดาหน้าต่าง หรือกรอบรูป เพื่อเสริมความโชคดีและความสุข โดยเฉพาะการเลือกใช้ริบบิ้นที่มีสีแดงหรือสีทอง

- การใช้ริบบิ้นในการบูชาหรือพิธีทางศาสนา ริบบิ้นบางประเภทถูกใช้ในการบูชาหรือพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การบูชาเทพเจ้าหรือการขอพรจากบรรพบุรุษในวัดและศาลเจ้า บางครั้งริบบิ้นถูกนำไปใช้ในการถวายเทพเจ้าหรือบรรพบุรุษในรูปแบบของการประดับเครื่องบูชา โดยมักจะเป็นริบบิ้นสีแดงหรือสีทองเพื่อเสริมความศักดิ์สิทธิ์ หรือในบางพิธีทางศาสนาจีน เช่น การขอพรจากเทพเจ้า หรือพิธีเฉลิมฉลองต่างๆ ริบบิ้นอาจถูกใช้ในการประดับสิ่งของเพื่อให้เทพเจ้าหรือบรรพบุรุษได้เห็นและอวยพรให้ผู้บูชามีโชคลาภและสุขภาพดี

3.3.2 การใช้ริบบิ้นในประเทศอังกฤษ การใช้ริบบิ้นในประเทศอังกฤษมีหลายวัตถุประสงค์และความหมายที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทที่ใช้ โดยส่วนใหญ่การใช้ริบบิ้นในอังกฤษมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ ดังนี้

1. การสนับสนุนและการระดมทุน ริบบิ้นมักจะถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสนับสนุนแคมเปญหรือกิจกรรมการระดมทุน เช่น

- สีแดง (Red Ribbon) ใช้เพื่อการระลึกถึงการรณรงค์เกี่ยวกับการป้องกันและสนับสนุนผู้ที่ติดเชื้อ HIV/AIDS

- สีชมพู (Pink Ribbon) ใช้ในการรณรงค์เพื่อการตรวจหาโรคมะเร็งเต้านม

- สีเหลือง (Yellow Ribbon) ใช้ในการรณรงค์เพื่อการสนับสนุนทหารที่ประจำการอยู่ในต่างประเทศ

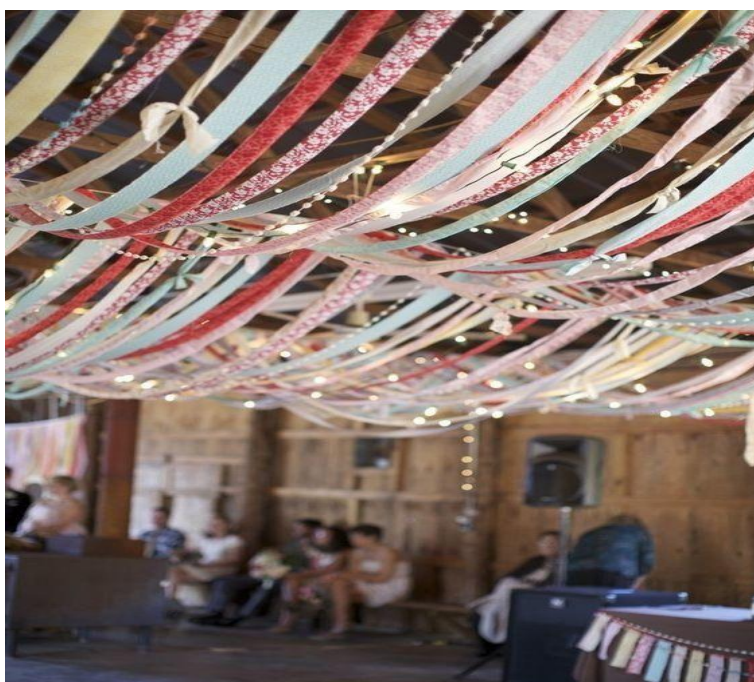
- สีเขียว (Green Ribbon) ใช้ในการส่งเสริมการตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพจิต

2. การตกแต่งในงานเฉลิมฉลองและงานพิธีการในหลายๆ โอกาส เช่น งานแต่งงานงานวันเกิด หรืองานเลี้ยงริบบิ้นมักถูกนำมาใช้ในการตกแต่ง ทั้งในรูปแบบของริบบิ้นตกแต่งบนของขวัญหรือดอกไม้ รวมถึงใช้ในการจัดงานหรือแสดงความยินดี

3. การแสดงความเคารพและไว้อาลัยในบางกรณี ริบบิ้นใช้เพื่อแสดงความไว้อาลัยหรือการเคารพ เช่น ในการสูญเสียบุคคลสำคัญหรือเหตุการณ์ที่เป็นวิกฤติ โดยเฉพาะริบบิ้นสีดำที่มักใช้ในงานศพหรือการไว้อาลัยต่อผู้เสียชีวิต

4. ริบบิ้นในบริบทของแฟชั่น ริบบิ้นยังมีการใช้ในด้านแฟชั่น เช่น การประดับริบบิ้นบนเสื้อผ้า, เครื่องประดับ, หรือรองเท้าเพื่อเพิ่มความสวยงามและสไตล์ให้กับการแต่งตัว

5. การใช้ริบบิ้นในกีฬาและกิจกรรมต่างๆ ริบบิ้นยังสามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องหมายหรือโลโก้สำหรับกิจกรรมกีฬาและองค์กรต่างๆ เช่น การใช้ในการแข่งขันหรืองานกิจกรรมต่างๆ ที่มีการมอบรางวัลหรือการแสดงความสำเร็จการใช้ริบบิ้นในประเทศอังกฤษจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านสัญลักษณ์ ความหมายและการตกแต่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานในแต่ละโอกาสและบริบททางสังคมและวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.10 การใช้ริบบิ้นในการตกแต่งสถานที่



ภาพที่ 2.11 การใช้ริบบิ้นผ้าผูกตกแต่งของขวัญ



ภาพที่ 2.12 เหยียนโปรยทานรูปดอกมะลิจากริบบิ้น

3.4 การใช้ริบบิ้นในเชิงสัญลักษณ์

- ริบบิ้นสีขาว (White Ribbon) “สัญลักษณ์ยุติความรุนแรงต่อเด็กและสตรี”

การติดริบบิ้นสีขาว จุดเริ่มต้นเกิดขึ้นที่ประเทศแคนาดาในปี 1991 ภายหลังเหตุการณ์สังหารหมู่ นักศึกษาหญิงจำนวน 14 คน อย่างโหดร้าย ในเมือง Montreal เป็นเหตุให้นักศึกษาชายกว่าแสนคน ออกมาเรียกร้องให้ผู้ชายทั่วโลกตระหนักถึงปัญหาในการใช้ความรุนแรงกับสตรี โดยการติดริบบิ้นสีขาวไว้ที่ปกเสื้อ เพื่อเป็นการแสดงสัญลักษณ์ เพื่อแสดงถึงการร่วมต่อต้านการใช้ความรุนแรงต่อสตรีโดยการ

“ไม่ยอมรับ ไม่นิ่งเฉย ไม่กระทำความรุนแรงต่อสตรี” ทุกรูปแบบ ต่อมาในปี 1999 องค์การสหประชาชาติ หรือ UN ได้รับรองให้วันที่ 25 พฤศจิกายนของทุกปี เป็นวัน “วันยุติความรุนแรงต่อผู้หญิงและเด็กสากล” ซึ่งสอดคล้องกับการใช้ริบบิ้นสีขาวในเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการยุติความรุนแรง โดยในปัจจุบันสามารถใช้ได้ทั้งกับผู้หญิงและผู้ชาย เพื่อเป็นการรณรงค์ “การยุติความรุนแรงในครอบครัว” อีกด้วย

- ริบบิ้นสีเหลือง (Yellow Ribbon) “สัญลักษณ์แห่งความหวัง การรอคอยและการกลับมาพบกัน” ภายหลังจากโศกนาฏกรรมทางเรือเชวอล ที่ได้คร่าชีวิตเด็กนักเรียนไปร่วมหลักร้อยในประเทศเกาหลีใต้ ทำให้สัญลักษณ์ริบบิ้นสีเหลืองที่มีความหมายถึง “การรอคอย ความหวัง” นั้นกลับมาคุ้นตาผู้คนทั่วโลกอีกครั้ง

การเริ่มใช้ริบบิ้นสีเหลืองอย่างเป็นทางการเป็นสากลน่าจะมาจากอิทธิพลของบทเพลงในยุค 70s ที่มีชื่อว่า Tie a Yellow Ribbon 'Round the Ole Oak Tree ซึ่งนักแต่งเพลงชาวอเมริกันเจ้าของเพลงนี้ ได้แรงบันดาลใจมาจากข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ของนักโทษชายผู้หนึ่งที่กำลังจะพ้นออกโทษออกจากเรือนจำ แต่ครั้งใกล้กำหนดการจะมาถึงเขาก็ได้กังวลว่าภรรยาที่รักของเขาจะยังคงรออยู่หรือไม่ เขาจึงได้เขียนจดหมายไปหาภรรยา เพื่อบอกว่าถ้าหากภรรยายังคงรักและรอเขาอยู่ ให้เธอนำริบบิ้นสีเหลืองมาผูกไว้ที่ต้นโอ๊คเพื่อให้เขาเห็นได้ชัดเจน หรือถ้าไม่มีใจให้กันแล้ว เขาจะได้นั่งรถผ่านเลยไปยามที่ไม่เห็นริบบิ้นบนต้นโอ๊ค ซึ่งสุดท้ายแล้วเขาก็เห็นริบบิ้นสีเหลืองบนต้นโอ๊คจริงๆ ด้วยเนื้อหาของเพลงบวกกับความหมายที่ซึ้งกินใจ ทำให้คนอเมริกายามนั้นที่อยู่ในยุคสงคราม ต่างใช้ริบบิ้นสีเหลือง เพื่อเป็นสัญลักษณ์ในการต้อนรับการกลับมาของเชลยสงคราม หรือทหารที่ต้องพลัดถิ่นจากบ้านไปนานๆ จวบจนถึงปัจจุบันที่ริบบิ้นสีเหลืองได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของความหวัง การรอคอย และการกลับมาพบกัน

• ริบบิ้นสีดำ (Mourning Ribbon) “สัญลักษณ์แห่งความอาลัย การไว้อาลัยและระลึกถึง”

ริบบิ้นสีดำ มักใช้ในกรณีการไว้อาลัยหรือไว้อาลัยให้กับการสูญเสียมานานแล้ว โดยนิยมติดไว้บริเวณแขนข้างซ้ายเหนือศอกขึ้นไป ปลอกแขนและริบบิ้นสีดำได้ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์สากลที่แสดงความโศกเศร้าอาลัยถึงผู้ที่จากไป การใช้ริบบิ้นสีดำเริ่มต้นจากประเทศอังกฤษ คือมีการนำปลอกแขนสีดำมาใช้เป็นสัญลักษณ์แทนความโศกเศร้าอาลัย เป็นธรรมเนียมปฏิบัติสำหรับผู้ชาย ตั้งแต่สมัยยุคอาณานิคม (พ.ศ.2338-2363) โดยให้แต่งกายช่วงไว้อาลัยด้วยชุดสูทสีดำ พร้อมติดปลอกแขนที่ทำขึ้นจากผ้าเครปสีดำ ที่มีผิวสัมผัสเป็นเนื้อทรายไม่มันแวววาว เหมาะสมในการใช้แสดงความอาลัย

ต่อมาในยุควิกตอเรีย (พ.ศ.2380 – 2444) ปลอกแขนสีดำ ถูกนำไปใช้ในราชวงศ์ชั้นสูงของอังกฤษ เมื่อเจ้าชายอัลเบิร์ต พระราชสวามีในสมเด็จพระราชินีนาถวิกตอเรียสิ้นพระชนม์ในปีพ.ศ.2404 เหล่าข้าราชบริพารได้รับอนุญาตให้สวมปลอกแขนสีดำเพื่อแสดงความอาลัย เนื่องจากการตัดเย็บชุดใหม่นั้นมีค่าใช้จ่ายสูงมาก และเห็นว่าเป็นการสิ้นเปลืองเกินความจำเป็น หลังจากนั้นในปีพ.ศ.2540 ประชาชนทั่วประเทศอังกฤษได้พร้อมใจกันติดริบบิ้นสีดำที่ปกเสื้อด้านซ้าย เพื่อแสดงความไว้อาลัยกับการสิ้นพระชนม์ของเจ้าหญิงไดอาน่าแห่งเวลส์

สำหรับประเทศไทย สีดำคือสีของการไว้อาลัยอยู่แล้ว การติดริบบิ้นสีดำครั้งสำคัญก็เพื่อถวายความอาลัยพ่อหลวงรัชกาลที่ 9 สำหรับคนที่ไม่สะดวกหรือไม่มีเสื้อผ้าสีดำ อีกทั้งทางกรมต้องการให้สิ้นเปลืองเกินความจำเป็น เพราะการแสดงความอาลัยใช้ระยะเวลานาน

• ริบบิ้นสีแดง (Red Ribbon) “สัญลักษณ์ของวันเอดส์โลก”

ริบบิ้นสีแดง ถูกกำหนดให้เป็นสัญลักษณ์ เนื่องในวันเอดส์โลก (World AIDS Day) ตรงกันวันที่ 1 ธันวาคมของทุกปี เพื่อสื่อถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของผู้ป่วยเอดส์ที่ต้องใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันผู้คนทั้งหลาย โดยสาเหตุที่เลือกใช้สีแดงนั้น มาจากการที่สีแดงสามารถเป็นสัญลักษณ์แทนได้ทั้ง เลือด และ ความรัก ซึ่งเปรียบเสมือนกับความรักความห่วงใยของผู้คนในสังคมต่อโรคเอดส์ได้เป็นอย่างดี

• ริบบิ้นสีชมพู (Pink Ribbon) “สัญลักษณ์ของการรณรงค์มะเร็งเต้านม”

ริบบิ้นสีชมพู เริ่มต้นจาก เอเวอร์ลิน ลอเดอร์ แห่งแบรนด์เครื่องสำอางชื่อดังระดับโลก เอสเต ลอเดอร์ ที่ได้ต่อสู้กับโรคร้ายนี้ จนเมื่อปี 2535 เธอได้ร่วมสร้างสรรค์ริบบิ้นสีชมพูขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์ให้ตระหนักถึงภัยของโรคมะเร็งเต้านม จนกลายเป็นสัญลักษณ์ของการรณรงค์มะเร็งเต้านมไปทั่วโลกนั่นเอง สัญลักษณ์ริบบิ้นสีชมพูหรือโบสีชมพู เริ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น โดยเฉพาะเดือนตุลาคม ที่ทั่วโลกมีการรณรงค์เรื่องมะเร็งเต้านมประจำปีอย่างเป็นทางการ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 เป็นต้นมา

หลายองค์กรในต่างประเทศช่วยกันรณรงค์ด้านภัยมะเร็งเต้านมกันมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา เพราะปัจจุบันมะเร็งเต้านมเป็นมะเร็งที่พบบ่อยที่สุดในเพศหญิงทั่วโลกและเป็นอันดับ 2 รองจาก มะเร็งปอดเมื่อรวมทั้ง 2 เพศ

- ริบบิ้นสีน้ำเงิน (Blue Ribbon) “สัญลักษณ์ของความเป็นเลิศ ดีเยี่ยม”

ประเทศในแถบยุโรปนิยมใช้ริบบิ้นสีน้ำเงิน เพื่อสื่อถึงของที่มีคุณภาพเยี่ยม หรือของที่ชนะเลิศจากการประกวด จะเรียกว่าผลงานชิ้นโบว์น้ำเงิน ดังเช่นเพลง Rednecks White Socks and Blue Ribbon Beer

ส่วนในประเทศไทยนั้น นิยมใช้ริบบิ้นสีแดงมาตั้งแต่รัชกาล 4 โดยใช้ครั้งแรกในการประกวดเครื่องโต๊ะเงินของบรรดาบุคคลร่ำรวย ซึ่งสมัยนั้นจะเรียกว่า “แพรแดง” เพราะทำจากผ้าแพรสีแดง และเมื่อรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติมาหลายๆ จึงกลายเป็นโบว์แดงที่แสดงถึงความสุดยอด ชิ้นหนึ่งเป็นผลงานชิ้นโบว์แดงนั่นเอง

4. ความสำคัญและประโยชน์ของการทำงานประดิษฐ์

4.1 การประดิษฐ์ชิ้นงานนี้ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สามารถนำริบบิ้นมาพัฒนาเป็นชิ้นงานที่มีรูปแบบ หรือลักษณะที่แปลกใหม่ที่น่าสนใจ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

4.2 วัสดุหลักที่ใช้ประดิษฐ์ คือ ริบบิ้นโพลีเอสเตอร์ ซึ่งมีคุณสมบัติ ทนทาน แข็งแรง มีอายุการใช้งานไม่ต่ำกว่า 2 ปี และขึ้นอยู่กับการจัดเก็บรักษา ซึ่งจะช่วยลดการใช้วัสดุจากธรรมชาติ ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม

4.3 ฝึกให้รู้จักวางแผนในการทำงานอย่างเป็นระบบ ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ มีระเบียบวินัย รู้จักรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมกลุ่ม รู้จักคิดอย่างรอบคอบ มีเหตุมีผลมากขึ้นและปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย

4.4 สามารถนำมาพัฒนาเป็นอาชีพและสร้างรายได้ในอนาคต

4.5 ได้ศึกษาหาความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับศาสตร์การประดิษฐ์และการออกแบบชิ้นงาน

4.6 การทำสิ่งประดิษฐ์เป็นวิธีการฝึกสมาธิที่ดีอีกทางหนึ่ง และสร้างความเพลิดเพลิน

4.7 สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุที่นำมาใช้งานได้

4.8 สามารถให้เป็นของขวัญหรือของที่ระลึกในวันสำคัญและให้กับบุคคลที่รัก เคารพ นับถือ ในโอกาสต่างๆ

4.9 เกิดความภาคภูมิใจในตนเองและชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์

5. ลักษณะของงานประดิษฐ์

ลักษณะของงานประดิษฐ์สามารถแบ่งออกได้หลายลักษณะ ตามแต่ละประเภทและลักษณะการทำงาน โดยหลักๆ จะมีดังนี้

5.1 งานประดิษฐ์ประเภทใช้ประโยชน์

เป็นงานที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ หรือ อุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต เช่น กระดาษสา ตะกร้าจากไม้ไผ่ หรือเครื่องใช้จากวัสดุธรรมชาติ เป็นต้น



ภาพที่ 2.13 ร่มจากกระดาษสา

5.2 งานประดิษฐ์ประเภทตกแต่ง

มักทำขึ้นเพื่อเสริมความสวยงามให้กับสถานที่ หรือแสดงถึงศิลปะ เช่น งานประดิษฐ์ที่ทำจากดินเผา งานแกะสลักไม้ งานปั้น งานศิลปะประดับภายในบ้าน หรือของขวัญตกแต่ง



ภาพที่ 2.14 แจกันลายดอกไม้จากดินเผา

5.3 งานประดิษฐ์ประเภทการสร้างสรรค์ใหม่

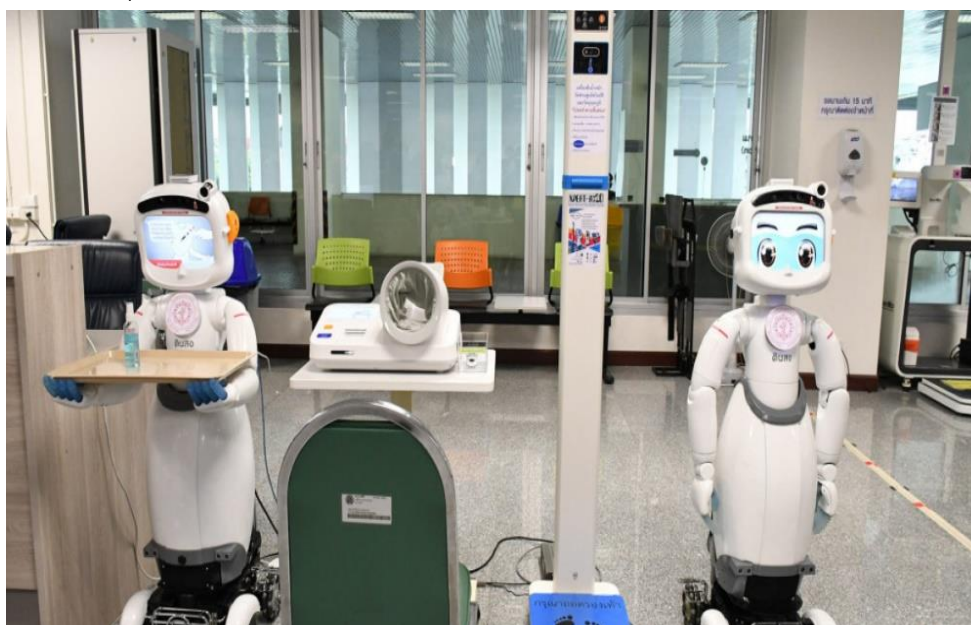
เป็นการนำวัสดุที่มีอยู่แล้วมาประยุกต์หรือปรับปรุงให้มีการใช้งานที่แตกต่างไปจากเดิม โดยมีความคิดสร้างสรรค์ เช่น การประดิษฐ์เครื่องจักร อุปกรณ์เทคโนโลยี หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะ



ภาพที่ 2.15 รถยนต์ไฟฟ้า

5.4 งานประดิษฐ์ประเภทพัฒนาแนวคิดใหม่

งานที่เน้นการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ในทางวิทยาศาสตร์ หรือเทคโนโลยี เช่น อุปกรณ์ที่ช่วยในการศึกษา หรือการพัฒนาเครื่องมือทางการแพทย์



ภาพที่ 2.16 หุ่นยนต์ผู้ช่วยพยาบาล

6. ประเภทของงานประดิษฐ์

งานประดิษฐ์ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ ในชีวิตประจำวัน มีทั้งงานที่สืบทอดต่อๆ กันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ และ งานที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ โดยใช้วัสดุต่างกัน เช่น เศษวัสดุเหลือใช้ วัสดุจากธรรมชาติ วัสดุสังเคราะห์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทเย็บปักถักร้อย มี 2 ประเภท คือ

- ประเภทเย็บปะและปัก ประกอบด้วยวัสดุ 2 ชั้นชั้นที่ 1 เป็นระนาบรองรับวัสดุที่ใช้ ได้แก่ ผ้ากระดาษหนัง วัสดุอีกชั้นที่เป็นเส้น ได้แก่ เส้นด้าย หรือแผ่น เช่น เศษผ้ามาเย็บปะ และปักให้เกิดลวดลายบนพื้นระนาบ วิธีการปักนี้จะใช้ด้ายสีต่างๆ ดิ้นเงิน ดิ้นทอง เลื่อม มุก ลูกปัด ทำให้เกิดลวดลายสวยงาม สำหรับวิธีการเย็บปะจะใช้เศษผ้าสีมาติดเป็นรูปร่าง เช่น ลายดอกไม้ ตุ๊กตา แล้วเย็บตามขอบริมให้ติดกับพื้นระนาบรับรอง



ภาพที่ 2.17 ตุ๊กตาจากเศษผ้าฝ้าย

- ประเภทถักและร้อย เป็นการประดิษฐ์ที่ทำให้เกิดรูปทรงด้วยวัสดุในตัวเอง เช่น การถักไหมพรม การถักเชือก ป่าน ปอ การถักด้วยด้าย โดยใช้เข็มถักหรือมือถักให้เป็นแผ่นหรือเป็นเส้นหนา ส่วนการร้อย วัสดุที่ใช้จะมีรูตรงกลาง เช่น ลูกปัด ไข่มุก มาร้อยเป็นเส้นออกแบบ เลือกสี ทำลวดลาย ประดิษฐ์เป็นเครื่องประดับต่างๆ เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ



ภาพที่ 2.18 กระเป๋าหูรูดถักจากไหมพรม

2. ประเภทยอดและสาน เป็นศิลปะประดิษฐ์ ที่มีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย โดยใช้วัสดุประเภท ด้าย ไหม เชือก กก หวาย มาขัดระหว่างเส้นยืนและเส้นนอน ให้เกิดเป็นความกว้าง ความยาว และความหนา เกิดเป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า



ภาพที่ 2.19 กระเป๋าสานจากผักตบชวา

3. ประเภทการปั่นและแกะสลัก

- งานปั่นเป็นการสร้างสรรค์ที่มีความประณีตบรรจงในการทำ เช่น การใช้แปรงขนมปึงและดินญี่ปุ่น ปั่นเป็นดอกกุหลาบจิว ปั่นตุ๊กตา นำไปประดับตกแต่งบ้านเรือนหรือสถานที่ต่างๆ
- งานแกะสลัก หมายถึง การแกะสลักและการฉลุให้เป็นลวดลายลงบนวัสดุเนื้ออ่อนหรือผักผลไม้



ภาพที่ 2.20 ผลไม้แกะสลักเป็นรูปดอกไม้

4. ประเภทเขียนลวดลาย ใช้วัสดุอุปกรณ์ในการเขียนให้เกิดลวดลายมีทางที่เลียนแบบจากธรรมชาติ และลวดลายที่ประดิษฐ์ใหม่ด้วยดินสอ พู่กัน และสีต่างๆ ลวดลายที่เขียนนอกจากจะเขียนให้เกิดลวดลายตามที่ต้องการแล้วยังสามารถใช้วิธีอื่นๆ ได้อีก เช่น การพิมพ์ การขีด การขีด



ภาพที่ 2.21 การเขียนลวดลายลงบนผ้าปาเต๊ะ

5. ประเภทดอกไม้ งานประดิษฐ์กลุ่มนี้แบ่งออกได้ 2 ประเภทคือ

- ประเภทใช้วัสดุจากธรรมชาติงานประดิษฐ์ประเภทนี้ใช้ดอกไม้สด ใบไม้ เช่น ดอกกุหลาบ มอญ ดอกพุท ดอกรัก ดอกมะลิ ดอกบานไม่รู้โรย ใบตอง ใบแก้ว ใบกระป๋อง มาประดิษฐ์ตกแต่งโดยใช้วิธีการร้อยการกรอง การเย็บแบบ การปักแจกัน



ภาพที่ 2.22 พวงมาลัยดอกพุท

- ประเภทงานที่ใช้วัสดุสังเคราะห์ ประดิษฐ์เลียนแบบดอกไม้จากธรรมชาติ ซึ่งความคงทนถาวรกว่าและสีสันสวยงามใกล้เคียงธรรมชาติ วัสดุที่ใช้ประดิษฐ์ได้แก่ ผ้า กระดาษ พลาสติก



ภาพที่ 2.23 ดอกกลีลาวดีจากผ้าใยบัว

6. ประเภทวัสดุเหลือใช้ การนำวัสดุเหลือใช้มาออกแบบใช้กับงานประดิษฐ์ไม่จำกัดว่าต้องเป็นวัสดุประเภทใดสามารถใช้ได้ทุกชนิดอยู่ที่ความสามารถในการออกแบบของผู้ผลิตที่จะทำให้เกิดผลงานที่มีคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย



ภาพที่ 2.24 โคมไฟจากกระป๋องนมชั้นหวาน

7. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค

7.1 ความหมายความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือเติมเต็มอย่างเพียงพอ ซึ่งทำให้บุคคลนั้นรู้สึกมีความสุขและความพอใจจากสิ่งที่ได้รับ เช่น การได้รับบริการที่ดี ผลงานที่ประสบความสำเร็จ หรือการได้รับสิ่งของ ที่ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยมีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทรงนะด้วยกันซึ่งพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

ธร สุนทรายุทธ (2553, หน้า 111) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกโดยรวมๆ ของบุคคลต่อการทำงานในด้านดีที่เกิดจากการทำงาน ทำให้ได้รับผลตอบแทน เกิดความพึงพอใจเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงาน รวมถึงความสำเร็จตามเป้าหมาย

นงลักษณ์ กลมเกลี้ยง (2554, หน้า 16) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกหรือเจตคติของบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานถ้าบุคคลมีความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีต่อการทำงานจะมีผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีการเสียสละ อุทิศกาย ใจและ สติปัญญาให้แก่งาน ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

รักชนก บึงมุ่ม (2554, หน้า 24) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกอันดีที่เกิดจากความสามารถในการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมของบุคคลทำให้เกิดความสบายใจและมีความสุขที่ได้รับการตอบสนองตามต้องการ ทำให้บุคคลเกิดแรงกระตุ้นมีความพยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จ

สถาพร ส่องแสง (2554, หน้า 52) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็น นามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ของตนในสิ่งที่ขาดหายไปและเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออก ของบุคคลที่มีต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

สุพรรณ ทองเปลว (2554, หน้า 27) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกในงานที่ทำด้วยความเต็มใจหรือพอใจในทางบวกที่ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีในการทำงานและได้รับ การตอบสนองทางอารมณ์ของบุคคลที่แสดงออกเมื่อได้รับผลตอบแทนที่แตกต่างซึ่งรางวัล หรือผลตอบแทน เหล่านั้นเป็นสาเหตุของความพึงพอใจในการทำงาน มีความเสียสละ อุทิศตน มุ่งมั่นในการปฏิบัติงานส่งผลให้ งานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ มีประสิทธิภาพ และความก้าวหน้าในองค์กร

ผุสดี แสงหล่อ (2555, หน้า 14) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวกเป็นความสุขของบุคคลที่เกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานมีขวัญกำลังใจ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ

บรรเจิด ศุภราพงศ์ (2556, หน้า 43) ได้กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจว่าเป็นเรื่อง เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็น ความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดจากความคาดหวังหรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่ง นั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตาม ค่านิยมและประสบการณ์ของบุคคล ทั้งนี้ความพึงพอใจจึงสามารถนำไปใช้ในการวัด ระดับความพึงพอใจกับ ปัจจัยอื่นที่ใช้ในการศึกษา เช่น ความพึงพอใจต่อการบริหารงานของโรงเรียน

รัชณี ทิพย์การ (2556, หน้า 26) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล เป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าสิ่งที่คาดหวัง ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกกระตือรือร้น และสร้างสรรค์สิ่งที่ตั้งใจได้ต่อไป ความรู้สึกจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นจากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง และถ้าความรู้สึกที่ดีต่อการทำงานจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานมีการเสียสละอุทิศกายใจ และสติปัญญาให้แก่งานซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การในที่สุด

วรายุทธ แก้วประทุม (2556, หน้า 60) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดี ของบุคคลเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าสิ่งที่คาดหวังซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกกระตือรือร้นและ สร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามได้ต่อไปความรู้สึกจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นได้รับ การตอบสนองและถ้าความรู้สึกที่ดีต่อการทำงานจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานมีการเสียสละอุทิศกายใจและสติปัญญาให้แก่งานซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ในที่สุด

วันเพ็ญ ฐปอินทร์ (2556, หน้า 26) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจเกิดจากกระบวนการ เบื้องต้นของมนุษย์ที่มีความต้องการตามเป้าหมายที่ต้องการแล้วแรงขับหรือแรงจูงใจนั้นจะลดลงหรือหายไป รวมไปถึงทำให้ความต้องการนั้นหมดตามไปด้วย แต่จะเกิดความต้องการใหม่เมื่อมีสิ่งเร้าใหม่ที่มี ความสำคัญมากกว่าสำหรับบุคคลนั้นขึ้นมาทดแทนเป็นเช่นนี้เรื่อยไปเท่าที่มนุษย์มีความต้องการ

นิติพล ภูตะโชติ (2556, หน้า 170) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานว่า ความพึงพอใจในงานเป็น ความรู้สึกที่ดีของพนักงานต่องานที่เขาทำ อันเป็นผลมาจากสิ่งดีๆ ที่พวกเขาได้รับจากการทำงาน เช่น ค่าตอบแทนที่ดี เพื่อนร่วมงาน ลักษณะการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ระบบการบริหารจัดการ การบังคับบัญชา ฯลฯ ผลจากการที่พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานพนักงานจะเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีขวัญและกำลังใจ เสียสละทุ่มเทให้กับการทำงาน ซึ่งปัจจัยดังกล่าว จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงานในองค์การส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ

สมุทร ชำนาญ (2556, หน้า 268-294) ได้กล่าวว่า กลุ่มทฤษฎีที่เน้นการศึกษาเนื้อหา (Contents theories) เป็นกลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ จึงมีการเรียกชื่อหนึ่งว่าทฤษฎีที่เน้นความต้องการ (Need theories of work motivation) เป็นทฤษฎีที่มุ่งศึกษาเพื่อหาคำตอบของมนุษย์แต่ละคนมีความต้องการอะไร ตลอดจนมีความต้องการอยู่ในระดับใด ทฤษฎีที่เน้นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์มีการนำเสนอไว้หลากหลาย ส่วนทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน มีดังนี้

1. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of need) มาสโลว์ มีหลักที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่ามนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอะไรใหม่ๆ ที่สูงขึ้น แรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนองความพอใจ มาสโลว์ (Maslow) แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่

1.1 ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการปัจจัย 4 เช่น ต้องการอาหารให้อิ่มท้อง เครื่องนุ่งห่มเพื่อบริโภคป้องกันความร้อนหนาวและอุจาดตา

ยารักษาโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันแดด ฝน ลม อากาศหนาวและสัตว์ร้าย ความต้องการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการด้าน ร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้วจะมีความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิตและ ทรัพย์สินของตนเองเพิ่มขึ้นต่อไป เช่น หลังมนุษย์มีอาหารรับประทานจนอิ่มท้องแล้วได้เริ่มหันมาคำนึงถึง ความปลอดภัยของอาหารหรือสุขภาพโดยหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสารพิษที่ติดมากับอาหารซึ่ง สารพิษเหล่านี้อาจสร้างความไม่ปลอดภัยให้กับชีวิตของเขา เป็นต้น

1.3 ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ (Belonging and love needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้วมนุษย์จะเริ่มมองหาความรักจากผู้อื่น ต้องการที่จะเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ ที่ตนเองครอบครองอยู่ตลอดไป เช่น ต้องการ ให้พ่อแม่ พี่ น้อง คนรัก รักเราและต้องการให้เขาเหล่านั้นรักเราคนเดียวไม่ต้องการให้เขาเหล่านั้นไปรักคนอื่น โดยการแสดงความเป็นเจ้าของ เป็นต้น

1.4 ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น (Esteem needs) เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่ง หลังจากได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรัก และเป็นเจ้าของแล้ว จะต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ต้องการได้รับเกียรติจากผู้อื่น เช่น ต้องการการเรียกขานจากบุคคลทั่วไปอย่างสุภาพให้ความเคารพนับถือตามควรไม่ต้องการการกดขี่ข่มเหงจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติ และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน

1.5 ความต้องการความเป็นตัวตนอันแท้จริงของตนเอง (Self-actualization - needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้าย หลังจากที่ผ่านมาความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นความต้องการที่ แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลง หันมาต้องการสิ่งที่ตนเองมีและเป็นอยู่ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ แต่ความต้องการในขั้นนี้มักเกิดขึ้นได้ยาก เพราะต้องผ่านความต้องการในขั้นอื่นๆ มาก่อนและจะต้องมีความเข้าใจในชีวิตเป็นอย่างดี

พัทธนันท์ อึ้งรัก (2556, หน้า 14) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานหรือความพึงพอใจในการทำงาน เป็นคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์โดยตรงซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติ การจูงใจในการปฏิบัติงานในองค์การความพึงพอใจในการทำงานของบุคคล

กาญจนา อรุณสุขจุฑา (2546, หน้า 5) กล่าวว่า ของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่ เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกก่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิด ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดในงานนั้น

สมหมาย เปียณอม (2551, หน้า 4 - 6) กล่าวว่าความพึงพอใจจากนักวิชาการ นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญ ไว้ดังนี้ ชรีณี เดชจินดา กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของ บุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคล ได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงและไม่เกิดขึ้นหาก ความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

แน่นน้อย พงษ์สามารถ กล่าวว่า ทำที่ที่ๆ ไปที่เป็นผลมาจากทำที่ที่มีต่อสิ่งต่างๆ
3 ประการ คือ

- 1) ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรม
- 2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคล
- 3) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

พิทักษ์ ตรุษทิบ กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือ สิ่งที่มากระตุ้น

กุ๊ต (Good,1973,p.384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพ สภาพหรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจและเจตคติของบุคคลที่มีต่องานของตน

เดวิสและนิวสตรอม (Davis & Newstrom, 1985, p. 83) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการทำงานว่า หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ

สตีเยอร์ส (Steers,1991, p.256) ได้กล่าวว่า ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลให้คุณค่ากับสวัสดิการที่ได้รับความพึงพอใจจึงเป็นผลมาจากความรู้ที่บุคคลนั้นประเมิน การให้คุณค่ากับสวัสดิการที่ได้รับความพึงพอใจมีความหมายในแนวทางแรก คือ ความพึงพอใจในสวัสดิการ เป็นความรู้สึกสนองตอบต่อด้านต่างๆ ซึ่งสามารถทำความเข้าใจได้คล้ายเรื่อง ทัศนคติ เราไม่อาจสังเกตเห็นความพึงพอใจได้โดยตรงแต่สามารถคาดเดาได้จากการแสดงออกและพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรในแนวทางที่สอง ความพึงพอใจเป็นผลของความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบกับการกระทำที่บุคคลได้รับ บุคคลต้องการหรือความคาดหวังของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบกับการกระทำที่บุคคลได้รับบุคคลคาดหวังในด้านสวัสดิการจะทำให้มีความพึงพอใจกับผลที่ได้รับ

7.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพึงพอใจ

แนวคิดที่มองความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดจากการบริโภคสินค้า ได้ถูกมองไปหลายรูปแบบ เช่น การมองว่าเป็นความรู้สึกทางปัญญาว่าเพียงพอหรือไม่เพียงพอเมื่อเปรียบเทียบกับลงทุนลงแรงของผู้บริโภค (Howard & Sheth, 1969 อ้างถึงใน Yi, 1990) เป็นการประเมินโครงสร้าง

ทางปัญญาที่เกิดหลังจากการบริโภค (Linder Pelz, 1982) เป็นการตอบสนองทางอารมณ์ต่อการบริโภค (Good, 1973 อ้างถึงใน ราณี เชาวนปรีชา, 2538; Westbrook & Reilly, 1983) เป็นภาวะทางจิตใจที่เกิดหลังจากความคาดหวังจากการบริโภคไม่ได้รับการตอบสนอง (Oliver, 1981) อีกแนวคิดหนึ่ง มองความพึงพอใจเกิดจากกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างได้รับประสบการณ์การบริโภค สินค้า นิยามรูปแบบนี้ถูกมองแตกต่างกัน เช่น เป็นการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทั้งทาง ร่างกายและจิตใจ รวมถึงการตอบสนองตามความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ (สุภาวดี จิระชีวะนันท์, 2545) เป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างประสบการณ์ที่ได้รับ และมาตรฐานภายในใจของผู้บริโภค (Pascoe, 1983) เป็นการรับรู้ความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างประสบการณ์กับมาตรฐานภายในใจ (Tse & Wilton, 1988) Yi (1990) เชื่อว่านิยามที่มองความพึงพอใจเป็นกระบวนการจะมีประโยชน์มากกว่า เนื่องจากได้มองประสบการณ์การบริโภคสินค้าทั้งกระบวนการ และทำให้สามารถรู้ถึงองค์ประกอบภายในของความพึงพอใจได้ ความพึงพอใจยังแบ่งได้ตามระดับของเป้าหมายในการวัด เป้าหมายในการวัดสามารถแบ่งได้อย่างง่ายๆ เป็น 2 ส่วนด้วยกัน (Pascoe, 1983; Jones & Suh, 2000) คือ “ระดับมหภาค (Macro)” หรือความพึงพอใจ แบบภาพรวม (Overall Satisfaction) เป็นความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยภาพรวม และ “ระดับจุลภาค (Micro)” หรือความพึงพอใจแบบจำเพาะในการแลกเปลี่ยน (Transaction-specific satisfaction) เป็นความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น ในประสบการณ์การบริโภคครั้งใดครั้งหนึ่ง เป้าหมายในการวัดแต่ละรูปแบบมี ประโยชน์แตกต่างกัน การวัดแบบจุลภาคจะช่วยให้ชี้ชัดลงไปถึงความพึงพอใจในขณะใดขณะหนึ่งหลังจากได้รับประสบการณ์ทันที แต่ความพึงพอใจแบบภาพรวมจะวัดได้กว้างกว่า ไม่เจาะจงลงไปเฉพาะประสบการณ์ที่ได้รับล่าสุดอย่างเดียวแต่มองถึงประสบการณ์ในอดีตด้วย

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาด และจากข้อมูลคู่แข่ง เป็นต้น ถ้านักการตลาดนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกินความเป็นจริงจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความหวังในผลิตภัณฑ์นั้นสูงเกินจริง และเมื่อผู้บริโภคพบว่าการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง (Expectation : E) และการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ (Perceived Performance : P) สามารถวัดได้โดยใช้แบบจำลองความคาดหวังและการรับรู้ (E-P Model) โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า (PE) จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จก็คือการเสนอ

ผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า (Total Customer Satisfaction)

คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมสำหรับลูกค้า หมายถึง ผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ก่อให้เกิดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 4 ด้าน ประกอบด้วย คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าด้านภาพลักษณ์ คุณค่าทั้ง 4 ประการ รวมเรียกว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

8. แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด

8.1 ความหมายของตลาดและการตลาด

ตลาด (Market) หมายถึง การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการไม่ใช่เฉพาะสถานที่ที่มีกิจกรรมการซื้อขายเกิดขึ้น แต่หมายถึงตัวกิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายที่อาจเกิดขึ้นที่ใดก็ได้ ไม่จำเป็นว่าผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องเจอหน้ากัน ตลาดมีส่วนประกอบสำคัญอยู่ 3 ส่วน คือ (1) สินค้า/บริการที่ซื้อขาย (2) อุปสงค์ และ (3) อุปทาน

หากต้องการทราบว่าตลาดทำงานอย่างไร สิ่งที่จะต้องระบุให้ได้เป็นลำดับแรก คือ ตลาดนี้ซื้อขายอะไร อย่างไรก็ตามวิธีการนิยามตลาดและสินค้า/บริการ มีหลายวิธีและมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมากและซับซ้อน ถ้านำมากล่าวในที่นี้อาจทำให้เป้าหมายการอธิบาย ความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายและเศรษฐศาสตร์ไขว้เขวได้ ในที่นี้จึงขอสรุปสั้นๆ เพียงว่า ก่อนที่จะเข้าใจว่าตลาดหนึ่งมีกลไกการทำงานอย่างไร จะต้องมีการนิยามสินค้า/บริการที่ซื้อขายในตลาด ที่ถูกต้องชัดเจนเสียก่อน เพราะหากเราไม่ทราบว่าสินค้า/บริการที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้น คืออะไร เราจะตอบไม่ได้ว่าผู้ขายและผู้ซื้อคือใครบ้าง

- อุปสงค์ (Demand) หากใช้ภาษาง่ายๆ ก็คือ ความอยากซื้อสินค้าและมีกำลัง พอดีที่จะซื้อสินค้านั้นได้จริงๆ แต่ถ้าให้อธิบายตรงตามวิชาเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ จะหมายถึง จำนวนของสินค้าที่ผู้บริโภคอยากซื้อและมีกำลังซื้อได้ในราคาใดราคาหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง (at a given price at a given time)

- อุปทาน (Supply) คือ ความอยากจะขายสินค้านั้นและสามารถขายสินค้านั้นได้จริงๆ (ผลิตได้จริง/มีของในสต็อก) ถ้าอธิบายตามวิชาเศรษฐศาสตร์ อุปทาน จะหมายถึง จำนวนของสินค้าที่ผู้ขายอยากขายและสามารถขายได้ในราคาใดราคาหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

อุปสงค์และอุปทานจะมีความสัมพันธ์กันเสมอ เพียงเพราะอุปสงค์มีปริมาณมาก มิได้แปลว่าราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้นเสมอไป หรือเมื่อสินค้าราคาแพงขึ้น ก็อาจไม่ได้มีสาเหตุมาจากกำลังการผลิตที่ลดลง ดังนั้น การวิเคราะห์การทำงานของตลาด จึงจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากทั้งฝั่งผู้ซื้อและฝั่งผู้ขายไปพร้อมๆ กัน ไม่สามารถพิจารณา 2 ส่วนนี้แยกออกจากกันได้ เนื่องจากการปรับขึ้นลงของราคาสินค้า/บริการในตลาด ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความต้องการของฝั่งผู้ซื้อหรือฝั่งผู้ขายแค่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น เมื่อมีคนอยากซื้อก็จะมีคนอยากขายและเมื่อสองฝ่ายมาพบกันก็จะเกิดการเจรจาต่อรองเพื่อให้ได้สินค้า/บริการในราคาที่รับได้กันทั้งสองฝ่าย

● ลักษณะของตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ หรือ Perfect Competition คือ

1. มีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมาก ยังมีผู้ผลิตและผู้บริโภคมากเท่าใด โอกาสที่จะมีการผูกขาดอำนาจในการซื้อหรืออำนาจในการขายก็จะมีน้อยลงเท่านั้น
2. สินค้าที่ซื้อขายในตลาดมีลักษณะเหมือนกัน (homogeneous) คือ ไม่ว่าผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใด ก็จะได้สินค้าที่มีคุณลักษณะเหมือนกัน เช่น ซื้อเจลล้างมือ ไม่ว่ายี่ห้อใด กลิ่นอะไร ก็ล้างมือได้สะอาดเหมือนกัน
3. ไม่มีอุปสรรคกีดขวางให้ผู้ผลิตรายใหม่ที่ยอยากเข้าร่วมขายสินค้าในตลาดหรือกีดขวางผู้ผลิตที่ยอยากออกจากตลาด (no barriers to entry/exit)
4. ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้า การผลิตสินค้า และสภาพของตลาดเป็นอย่างดี (Perfect Information) ถ้าผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้เหมือนกัน ทั้งสองฝ่ายก็จะมีอำนาจต่อรองเท่าๆ กัน และทำให้การแข่งขันในตลาดเป็นไปในทิศทางที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ลักษณะ 4 ประการข้างต้นนี้ สามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดขั้นพื้นฐานได้ว่าตลาด มีลักษณะหรือสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อแข่งขันมากน้อยเพียงใด ตลาดที่มีการแข่งขันสูงมากเท่าใด ยิ่งมีโอกาสขยายตัวมากเท่านั้น การแข่งขันจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่จะผลักดันให้ระบบ เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วและทำให้สามารถพัฒนาได้อย่างก้าวกระโดด

การตลาด (Marketing) หมายถึง เป็นกระบวนการและกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างส่งเสริม และนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการไปสู่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความต้องการ และสร้างยอดขายให้กับธุรกิจ การตลาดไม่ได้เป็นเพียงแค่การขายสินค้าเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการวิเคราะห์ตลาด การวางแผน การพัฒนา การโฆษณา และการบริการลูกค้า โดยมีกระบวนการดังนี้

1. การวิเคราะห์ตลาด

การวิเคราะห์ตลาดเป็นขั้นตอนแรกในการทำการตลาด เป็นการศึกษข้อมูลเกี่ยวกับตลาด กลุ่มเป้าหมาย คู่แข่ง และแนวโน้มของอุตสาหกรรม เพื่อให้ธุรกิจสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

2. การวางแผนการตลาด

การวางแผนการตลาดเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด งบประมาณ และเครื่องมือที่ใช้ในการตลาด

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด และมีความสามารถในการแข่งขัน

4. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยใช้สื่อหลายประเภท เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ และสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนและกลุ่มเป้าหมาย

5. การบริการลูกค้า

การบริการลูกค้าเป็นการให้บริการหลังการขายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุง

การตลาดเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับธุรกิจในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการแข่งขันที่สูงและการเปลี่ยนแปลงของตลาด การตลาดที่ดีจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบของแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดที่เรารู้จักคุ้นชินในโลก ของผู้บริโภคสินค้าและบริการเป็นที่นิยมนั้น การตลาดที่มุ่งขายสินค้าและบริการ แต่ที่จริงแล้วการตลาดไม่จำเป็นต้องมุ่งไปทางทำกำไรเพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วองค์กรใดๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับสาธารณะก็ล้วนจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วยทั้งนั้น แม้แต่องค์กรศาสนาซึ่งต้องการเผยแพร่ธรรมะให้ถึงชาวบ้าน วิธีการเผยแพร่ธรรมะหรือศาสนาออกไปสู่ประชาชนนั้น สำหรับ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) แล้ว สิ่งนี้ก็เรียกได้ว่าเป็นการตลาดอย่างหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นสามารถกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า การตลาดนั้น สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม

(social marketing) เป็นการตลาดที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไรแต่อยากปลูกฝังความคิดหรือพฤติกรรมบางอย่างที่เห็นว่าดีให้แก่ผู้คน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2550) แนวความคิดหลักทางการตลาด (Core Marketing Concept) คอตเลอร์ (Kotler, 2003a, pp.26-42) เสนอแนวคิดหลักทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถเลือกใช้ได้ประกอบด้วย 6 แนวคิดดังนี้

1. แนวคิดการผลิต (The Production Concept) นับเป็นแนวคิดที่เก่าแก่ที่สุดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งใช้ได้ดีเมื่อมีความต้องการซื้อ มากกว่าความต้องการขาย และเน้นการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ต้นทุนต่ำลง เพื่อขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แนวคิดนี้ถือว่า ผู้บริโภคนิยมสินค้า ที่หาซื้อได้แพร่หลายทั่วไป และราคาถูก แนวคิดเช่นนี้มักถูกนำไปใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งผู้บริโภคมักจะสนใจตัวสินค้ามากกว่ารูปแบบ

2. แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากกว่าราคา และในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเองก็เน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ แนวคิดนี้ถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุดใน อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตสินค้า หรือ บริการที่ใช้แนวความคิดนี้มักจะหลงไหลไปกับสินค้าของตน จนอาจมองข้ามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

3. แนวคิดการขาย (The Selling Concept) ต้องมีการกระตุ้นการขายด้วยวิธีการในลักษณะต่างๆ เช่น ลดแลกแจกแถม เพื่อให้ซื้อมากขึ้น ปัจจุบันแนวคิดเช่นนี้มักจะถูกใช้ในสินค้าที่ขายยาก หรือไม่ได้อยู่ในความคิดที่จะซื้อเลย (unsought goods) ดังนั้นแนวความคิดนี้จึงมุ่งไปที่การขายเชิงรุก และความพยายามในการส่งเสริมการตลาด แนวความคิดนี้ตั้งข้อสันนิษฐานว่า ลูกค้ามีความเฉื่อยในการซื้อ หรือบางครั้งอาจรู้สึกต่อต้านการซื้อ ดังนั้นฝ่ายการตลาดจึงมีหน้าที่ต้องเกลี้ยกล่อมให้ซื้อ และเชื่อว่าบริษัท มีเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สามารถใช้กระตุ้นให้เกิดการซื้อ บริษัทที่ใช้แนวความคิดนี้ยกตัวอย่างเช่น บริษัท coca-cola โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ขายสินค้าได้มากขึ้น ขายให้ผู้คนจำนวนมากขึ้น ให้บ่อยขึ้นและให้ได้เงินมากขึ้น เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น

4. แนวคิดมุ่งตลาด (The Marketing concept) แนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อกลางปี 1950 ซึ่งแนวคิดต่างๆ ที่ผ่านมานั้นจะเป็นการผลิตแล้วขาย แต่แนวคิดมุ่งตลาดนี้ยึดหลัก มุ่งเน้นลูกค้าและแสวงหากำไรจากความพึงพอใจของลูกค้า มิใช่เป็นการตามล่าหาลูกค้า หรือการหาลูกค้าให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์แนวคิดการผลิตแนวคิดผลิตภัณฑ์และ แนวคิดการขาย นั้น มีข้อจำกัดสำหรับการใช้ ในปัจจุบัน กล่าวคือ แนวคิดการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร เริ่มต้นจากการตรวจสอบความจำเป็นและความต้องการต่างๆ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนำเสนอสิ่งที่ต้องการนั้น โดยพยายามสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง ประสานกิจกรรมต่างๆ ที่จะกระทบต่อลูกค้ากลุ่มนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

5. แนวคิดทางด้านลูกค้า (The Customer concept) ส่วนแนวคิดทางด้านลูกค้าจะมุ่งเน้นความต้องการส่วนเฉพาะลูกค้าแต่ละราย เพื่อเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ตลอดจนสร้างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับให้ตลอดชีพถ้าเป็นไปได้

6. แนวคิดทางการตลาดเพื่อสังคม (The Societal marketing concept) การตลาดเพื่อสังคมหรือ Social Marketing คือแนวคิดที่จะใช้การตลาดเข้าไปจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อมอบประโยชน์ต่อตัวผู้บริโภคหรือสังคมและไม่เน้นการขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งต่างจากการกลยุทธ์การตลาดแบบอื่นที่มักจะเน้นการสร้างกำไรหรือเพิ่มยอดขายนั่นเอง โดยผู้ที่ริเริ่มแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมนี้ คือ Philip Kotler (ฟิลิป คอตเลอร์) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีผลงานชื่อดังอย่างหนังสือ “Marketing Management” และหนังสือ “Hand-on Social Marketing” ที่ได้มีการพูดถึงการตลาดเพื่อสังคมอย่างชัดเจน การทำการตลาดเพื่อสังคม สร้างประโยชน์อย่างยั่งยืนได้อย่างไร ในการทำการตลาดเพื่อสังคมให้ยั่งยืนและเป็นผลดีต่อแบรนด์ในอนาคต ดังนี้

1. ทำความเข้าใจปัญหา สิ่งสำคัญอันดับแรกที่แบรนด์ควรทำคือการวิเคราะห์ว่าผู้คนในสังคมกำลังเจอกับปัญหาอะไร ธุรกิจสามารถทำอะไรเพื่อแก้หรือบรรเทาปัญหานั้นผ่านผู้บริโภคได้บ้าง

2. กำหนดกลยุทธ์ ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ เช่น หากต้องการสร้างแคมเปญคอนเทนต์ (Content) สักอย่างหนึ่ง ก็ควรทำเอกลักษณ์ การสื่อสาร การนำเสนอที่ชัดเจน และเป็นที่น่าสนใจของสังคม ซึ่งหากกำหนดกลยุทธ์ออกมาได้ดี ขั้นตอนต่อไปจะง่ายขึ้นไปด้วย

3. การวางแผน ธุรกิจควรวิเคราะห์ว่าทำอย่างไรจึงจะครอบคลุมในทุกด้าน ทำอย่างไรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการนำเสนอ และลงในช่องทางไหนจึงจะเหมาะสม ถึงแม้ว่าการนำคอนเทนต์มาเผยแพร่ในหลายแพลตฟอร์มจะครอบคลุม แต่ควรวิเคราะห์ว่าพื้นที่ไหนที่ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตรงตามที่กำหนด ควรให้ความสำคัญพื้นที่นั้นเป็นอันดับแรก เพราะหากสื่อสารผิดกลุ่มเป้าหมายก็อาจเกิดกระแสได้กลับจากสังคมได้เช่นกัน

4. ประเมินผลและเรียนรู้เพิ่มเติม สุดท้ายเมื่อได้ทำแคมเปญการตลาดเพื่อสังคมแล้ว ธุรกิจต้องกลับมาประเมินผลตอบแทนที่ได้และวิเคราะห์ข้อบกพร่อง เพื่อแก้ไขแคมเปญให้ดีขึ้นกว่าเก่า รวมไปถึงการหาข้อมูลใหม่ๆ ที่จะทำให้พัฒนาขึ้นไปอีก และที่สำคัญคือต้องทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ผู้บริโภคจึงจะเกิดความเชื่อใจและมีมุมมองต่อแบรนด์ที่เปลี่ยนไป

8.2 ระบบเศรษฐกิจ

ระบบเศรษฐกิจในโลกแบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 ขั้ว คือ ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม และระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม ดังนี้

- ในระบบทุนนิยม ภาคเอกชนมีเสรีภาพเต็มที่ในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือดำเนินธุรกิจภายในกรอบของกฎหมาย เอกชนสามารถถือครองปัจจัยทางการผลิตได้อย่างเสรี โดยที่ภาครัฐจะไม่เข้าไปแทรกแซงว่าจะต้องผลิตอะไร ผลิตเท่าไร ผลิตอย่างไร และจะต้องตั้งราคาอย่างไร ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมจึงทำให้เกิดการแข่งขัน (competition) และทำให้เกิดกลไกตลาด (Market) ในการจัดสรรทรัพยากรและกำหนดราคาของสิ่งของหรือบริการ เนื่องจากเศรษฐกิจแบบทุนนิยมจะปล่อยให้ตลาดเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อีกชื่อหนึ่งของระบบนี้ ก็คือ ระบบเศรษฐกิจแบบตลาด หรือ Market Economy นั่นเอง

- ในระบบสังคมนิยมแบบแท้ๆ (หรืออาจรวมไปถึงระบบคอมมิวนิสต์) การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทุกด้านจะมาจากภาครัฐเท่านั้น ภาครัฐจะเป็นผู้ควบคุมปัจจัยการผลิต และเป็นผู้ผูกขาดการผลิต เอกชนจึงไม่มีเสรีภาพในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือดำเนินธุรกิจใด ระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมจึงจะไม่มีการแข่งขันเพราะรัฐเป็นผู้ผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว และไม่มีกลไกตลาดในการกำหนดราคาเพราะมีรัฐเป็นผู้กำหนดราคาแล้ว อีกชื่อหนึ่งของระบบนี้ก็คือ ระบบเศรษฐกิจแบบวางแผนจากส่วนกลางหรือ Command Economy เนื่องจากรัฐเป็นผู้ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจเองแทบจะทั้งหมด

8.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด คือคอลเล็กชันของปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ เพื่อช่วยแจ้งลูกค้าให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ในปี 1948 ศาสตราจารย์ด้านการตลาดแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด นามว่า James Culliton ได้แนะนำแนวคิดนี้ให้กับผู้บริหารธุรกิจซึ่งนับเป็นครั้งแรกในฐานะส่วนผสมขององค์ประกอบโฆษณา Neil Borden ซึ่งเป็นเพื่อนร่วมงานของ Culliton ยังคงปรับแต่งแนวคิดนี้อย่างต่อเนื่องในช่วงสองสามทศวรรษถัดมา เพื่อพัฒนาแนวคิดเรื่อง "ส่วนผสมทางการตลาด" ให้เป็นรายการของ "พลังที่ควบคุมส่วนผสมองค์ประกอบทางการตลาด" เมื่อใช้รูปแบบส่วนผสมทางการตลาดนี้ ธุรกิจต่างๆ สามารถทำงานเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดและทำการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่เหมาะสมด้วยข้อความที่เหมาะสม โดยมีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทศวรรษด้วยกันดังนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2542:11) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

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

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีใช้ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการ หรือแม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวอย่างที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่น ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

2. ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms)

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาดเป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไรหรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นนอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนออีกจาก

อิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อการกำหนดของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า เป็นต้น โดยการเลือกช่องทางการตลาดมักมีผลผูกพันในระยะยาว เช่น การเลือกแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย เปลี่ยนตัวแทนจำหน่ายจริง ก็หมายความว่า การบริหารจัดการในส่วนอื่นๆ เช่น การผลิต การบรรจุหีบห่อ พนักงานขาย นโยบายการจัดส่งสินค้าหรือการกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่ง และการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการตลาดโดยตรง สามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ตีตราประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งรู้จักกันในชื่อว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ซึ่งหากสามารถสร้างประสบการณ์ในการใช้สินค้า หรือบริการที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะนำไปสู่การสร้างความผูกพันทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น (Emotional Attachment) ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือ กิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้น (Share of Heart) เมื่อเทียบกับคู่แข่งหรือเป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขายหรือเป็นการตลาดทางตรงการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างการรับรู้ การกระตุ้นชื่อเสียงของบริษัทการแยกแยะข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์หรือการนำทางให้กับพนักงานขายหรือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้เป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องการจะจำหน่าย ณ สถานที่ใดระดับใด การส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่หนึ่งของส่วนประสมการตลาดโดยทำหน้าที่ชักชวนให้ลูกค้าเป้าหมายสนใจและซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิดต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อนอกเหนือจากหลัก 4P ก็ยังมีหลัก 7P

7Ps Marketing คือ กลยุทธ์การตลาดที่เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการวางแผน และการทำการตลาดในรูปแบบต่างๆ เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีทั้งสินค้า และบริการอย่างเช่น

ธุรกิจร้านอาหารที่ต้องวางกลยุทธ์ให้ดีทั้งสินค้า และการให้บริการกับลูกค้า โดยประกอบไปด้วย 7 อย่าง ดังนี้

1. Product (สินค้าและบริการ) สินค้าและบริการที่จับต้องได้และไม่ได้ หรือในธุรกิจร้านอาหารก็คือ อาหาร เครื่องดื่ม และบริการของร้านค้านั่นเอง โดยสินค้าที่ตุนั้นจะต้องมีคุณภาพ มีจุดขายที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร และตอบโจทย์ลูกค้า รวมไปถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดี ใช้งานสะดวก และมีบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าประทับใจ และกลับมาสั่งใหม่

2. Price (ราคา) กำหนดราคาของสินค้าและบริการ ร้านควรกำหนดราคาอย่างสมเหตุสมผล ซึ่งร้านสามารถคำนวณได้หลากหลายวิธี เช่น กำหนดราคาจากราคาต้นทุน กำหนดราคาตามช่วงเวลา กำหนดราคาเป็นเซต หรือ กำหนดราคาให้ลงท้ายด้วยเลข 0 หรือ 9 เพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้า

3. Place (ช่องทางการจำหน่าย) แบ่งเป็น 2 ช่องทางดังนี้

- ช่องทางออฟไลน์ ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้าน เช่น ร้านที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชน หรือห้างสรรพสินค้าจะช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากเดินทางสะดวก

- ช่องทางออนไลน์ เช่น ผ่านแอปพลิเคชันอย่าง LINE MAN ที่มีสิทธิประโยชน์มากมายให้กับร้านค้า ช่วยดันยอดขายให้โตไว รวมถึงช่องทาง Social Media เช่น Facebook Instagram หรือ Line Official Account เป็นต้น

4. Promotion (โปรโมชั่น) การส่งเสริมทางการตลาด หรือการจัดโปรโมชั่น เพื่อเพิ่มการมองเห็นร้านค้า และดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ พร้อมทั้งช่วยให้เกิดการกระตุ้นยอดขายต่อร้านค้าสามารถเลือกทำโปรโมชั่นได้หลากหลายรูปแบบ เช่น โปรโมชั่นลดราคาเป็นเปอร์เซ็นต์ โปรโมชั่นลดตามช่วงเวลา หรือโปรซื้อ 1 แถม 1

5. People หมายถึง บุคลากร ซึ่งการบริการลูกค้าที่ดีนั้นสามารถเริ่มได้ง่ายๆ จากการอบรมและพัฒนาพนักงานในร้านให้มีความรู้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้าน

6. Process (กระบวนการให้บริการ) ร้านควรวางแผนการให้บริการที่ดีอยู่เสมอ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น การตอบกลับที่รวดเร็วเมื่อลูกค้าพบปัญหา หรือการแก้ปัญหาและตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง

7. Physical Evidence (องค์ประกอบภายในร้าน) ร้านที่ดีควรที่จะตกแต่งร้านให้ดูดี หรืออาจเปิดเพลงเพราะๆ เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศภายในร้านให้น่าประทับใจ รวมถึงการขายผ่านทางออนไลน์ ร้านก็สามารถใช้เทคนิคการตกแต่งโลโก้ หรือรูปภาพเมนูให้สวยงาม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามามากขึ้นได้

5. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นคว้า หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการบริโภค ทั้งที่เป็นบุคคลกลุ่มบุคคลหรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อการบริโภคการเลือกบริการแนวคิดหรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภค พึงพอใจ หรือเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยการศึกษาค้นคว้าถึงพฤติกรรม การเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อและการใช้สินค้าและการบริการของผู้บริโภค เพื่อที่จะให้นักการตลาดทราบถึงความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบตลาดเป้าหมาย (target market) หรือลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupants) โดยมีกลุ่มเป้าหมายทางด้าน

(1) ประชากรศาสตร์

(2) ภูมิศาสตร์

(3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์

(4) พฤติกรรมศาสตร์กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่เหมาะสมและการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เช่น

- ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (objects) โดยสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคือ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (competitive Differentiation) โดยมีกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) ทางด้าน (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ และ (6) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

- ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) โดยต้องทำการศึกษถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ (1) ปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจน (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล เพราะผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกาย และจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

- ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying) เป็นคำถามที่ต้องการทราบบทบาทของกลุ่มต่างๆ (organizations) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริหาร โดยมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อคือ (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อและ (4) ผู้ใช้

- ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy) เป็นคำถามที่ต้องการทราบโอกาสในการซื้อ (occasions) ของผู้บริโภค เช่น ช่วงฤดูกาลใด ช่วงเดือนใด ตลอดจนเทศกาล หรือ โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น

- ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy) เป็นคำถามที่ต้องการทราบช่องทางหรือแหล่ง (outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดจตุจักร ร้านขายของชำ
- ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy) เป็นคำถามที่ต้องการทราบขั้นตอนหรือกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อ (operation)

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาโครงงานเรื่อง พานพุ่มจากริบบิ้น สิ่งประดิษฐ์ด้านหัตถศิลป์ ปี 2563 เป็นการนำเศษริบบิ้นมาประดิษฐ์ดอกไม้สวยงามนำมาประดิษฐ์ตกแต่งช่อเอื้องประดับตกแต่งพานพุ่ม ตลาดจตุจักร การคิดสร้างสรรค์ประดิษฐ์งานจากริบบิ้นหลากหลายรูปแบบ ประดิษฐ์จากริบบิ้นหลากหลายรูปแบบ เนื่องจากการผลิตของริบบิ้นแต่ละยี่ห้อผลิตมาไม่เหมือนกัน จะต้องเลือกริบบิ้นที่พับแล้วปลายไม่ฉีกขาดสวยงามเพื่อความสะดวกในการพับและความสวยงาม เมื่อศึกษาโครงงานเรื่องนี้จึงได้เกิดเป็นแรงบันดาลใจในการจัดทำโครงงานนี้ขึ้น เพื่อนำเสนอวิธีการประยุกต์ริบบิ้นให้เป็นสิ่งประดิษฐ์ในรูปแบบอื่น เช่น พวงมาลัย โดยได้ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจาก เอกสารที่เกี่ยวข้อง หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ บทความจากวารสารวิชาการ และเว็บไซต์ ที่มีเนื้อหาและวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับโครงงานอย่างละเอียด เพื่อกำหนดประเด็นหลักและนำไปใช้ในขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

การจัดทำโครงการและศึกษาวิธีการประดิษฐ์พวงมาลัยจากริบบิ้น คณะผู้จัดทำได้ดำเนินการจัดทำโครงการ มีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินงาน
2. ศึกษาวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน
3. การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจ

1. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานศึกษาการประดิษฐ์พวงมาลัยริบบิ้น ไว้เป็นวันที่ 21 ตุลาคม 2567 ถึงวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2568 เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดขึ้น ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินงานมีดังนี้

1.1 ประชุมการวางแผนดำเนินงาน

ประชุมครั้งที่ 1 ประชุมเพื่อกำหนดหัวข้อและสิ่งประดิษฐ์ที่ต้องการจัดทำ

การจัดการประชุมครั้งนี้ เพื่อให้คณะผู้จัดทำได้รวบรวมความคิดเพื่อกำหนดหัวข้อในการทำงาน และพูดคุยสนทนาเกี่ยวกับวัสดุหรือสิ่งประดิษฐ์ที่น่าสนใจ หรืออาจมีความถนัดนำมารังสรรค์หรือพัฒนาต่อยอดให้เป็นชิ้นงานใหม่ ทั้งนี้ในการจัดประชุมครั้งนี้เพื่อให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดขึ้น มีความชัดเจนในหัวข้อที่กำหนด เพื่อนำไปศึกษาต่อและค้นคว้าหาข้อมูล รวมถึงวิธีการปฏิบัติ

ประชุมครั้งที่ 2 ประชุมเพื่อการวางแผนการดำเนินงาน

การวางแผนการดำเนินงานที่ดีและร่วมปรึกษาซึ่งกันและกัน จะช่วยให้การดำเนินงานมีรอบคอบ เกิดความผิดพลาดระหว่างการดำเนินงานน้อยลง และการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน จึงจะทำให้การทำงานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแผนการดำเนินงานดังนี้

1. แบ่งหน้าที่ในการดำเนินงาน การแบ่งหน้าที่การดำเนินงานให้ชัดเจน อาจจะไม่สำคัญมากนัก แต่เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน ช่วยลดความผิดพลาดระหว่างการดำเนินงานให้น้อยลง การแบ่งหน้าที่กันจึงมีความสำคัญมาก ทั้งนี้ยังทำให้สมาชิกได้รับผิดชอบหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายของตนเอง เพื่อต้องการให้ การดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่กำหนดขึ้น

2. การศึกษา ค้นคว้าวิธีการประดิษฐ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ปฏิบัติและจัดการองลงมาจากการกำหนดหัวข้อในการประชุมครั้งที่ 1 เพื่อให้รู้ถึงขั้นตอนประดิษฐ์ขึ้นงาน เพื่อนำข้อมูลความรู้ นำวิธีการมาเรียบเรียงจัดทำเป็นรูปเล่มเพื่อนำเสนอวิธีการและความรู้เกี่ยวกับงานประดิษฐ์ขึ้นนี้ผ่านตัวอักษรไว้สำหรับอ่านสำหรับกลุ่มคนที่สนใจในการทำงานประดิษฐ์ได้

การศึกษา เป็นกระบวนการที่มุ่งพัฒนาและเสริมสร้างความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะต่างๆ ของบุคคล โดยการศึกษาอาจเกิดขึ้นในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเรียนในสถาบันการศึกษา การฝึกอบรม หรือการเรียนรู้จากประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน การศึกษามีเป้าหมายหลักในการพัฒนาคนให้มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ แก้ปัญหา และตัดสินใจ รวมถึงการพัฒนาทางด้านสังคมและอารมณ์ เพื่อให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จในสังคม

การค้นคว้า (Research) เป็นกระบวนการในการหาข้อมูลหรือความรู้ใหม่ๆ โดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์หรือเชิงระบบ เช่น การทดลอง, การสังเกต, การสำรวจ หรือการศึกษาวรรณกรรมที่มีอยู่แล้ว การค้นคว้ามักจะเกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาหรือการตรวจสอบสมมติฐาน และมักเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับสูง เช่น งานวิจัยปริญญาโท ปริญญาเอก หรือการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในการจัดทำโครงงานครั้งนี้คณะผู้จัดทำได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูล และขั้นตอนการปฏิบัติจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ศึกษาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต โดยมักจะเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว เช่น การศึกษาจากสื่อวิดีโอในแอปพลิเคชัน You Tube หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) หรือบทความจากนิตยสาร วารสารออนไลน์ เป็นต้น

- ศึกษาจากหนังสือ เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการศึกษาเนื้อหาที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านหนังสือต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือวิชาการ หนังสือเรียน หรือแม้กระทั่งหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเอง การศึกษาจากบทความในหนังสือมักจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างจากการศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตในหลายๆ ด้าน เช่น ความลึกซึ้งของข้อมูลหรือกระบวนการเขียนที่มีการตรวจสอบอย่างรอบคอบจากผู้เชี่ยวชาญ

3. การลงมือปฏิบัติ โดยปฏิบัติตามขั้นตอนวิธีการทำที่ได้ศึกษาจาก หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) วิดีโอสื่อการสอนงานประดิษฐ์ โดยจะมีการศึกษาด้านการออกแบบเพิ่มเติมเพื่อให้ชิ้นงานมีความแปลกใหม่ สวยงาม ทันสมัยหรือร่วมสมัย เพื่อให้เป็นที่ดึงดูด น่าสนใจ และเพื่อลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดเป็นชิ้นงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นในข้างต้น

4. การจัดทำเอกสาร ในการจัดทำเอกสารจะประกอบด้วย แหล่งข้อมูลความรู้ที่มีประโยชน์ ต่อการศึกษาในทางทฤษฎี หนังสือเกี่ยวกับงานประดิษฐ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานได้จริงและในทางการดำเนินงานลงมือปฏิบัติ จะศึกษาโดยการรับชมวิดีโอ หรือสื่อ การสอนปฏิบัติเพื่อให้เห็นความชัดเจน ความละเอียดของวิธีการทำชิ้นงานเพื่อปฏิบัติให้ถูกต้องตาม วิธีการ ได้ชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

5. การวางแผนด้านการจัดจำหน่าย ในการวางแผนด้านการจัดจำหน่าย จะต้องศึกษาเรื่องของการตลาด การเลือกทำเลที่ตั้ง ศึกษาลักษณะหรือวิธีการจัดจำหน่ายสินค้าว่าจะจัดจำหน่ายโดยมีหน้าร้านหรือจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ การบริหารจัดการงบประมาณและทรัพยากร การจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับชิ้นงาน หรือการสำรวจความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ก็สามารถที่จะจัดการลงทุนเพื่อผลิตและออกจำหน่ายได้ในอนาคต

6. การกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน ซึ่งในการกำหนดเป้าหมายมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งและเป็นเสมือนตัวชี้วัดว่าชิ้นงานจะออกมาเป็นอย่างไร เช่น อาจมีการวางแผนกำหนดเรื่องระยะเวลาในการจัดทำหรือดำเนินงานว่าจะใช้ระยะเวลา กี่วัน กี่สัปดาห์ หรือกี่เดือน ที่จะเพียงพอเพื่อให้จัดทำชิ้นงานสำเร็จตามกำหนด หรืออาจสร้างเป็นแผนการดำเนินงานโดยการกำหนดระยะเวลาในการลงมือปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนว่าจะใช้ระยะเวลาเท่าไรเพื่อชิ้นงานสำเร็จทันตามกำหนด ซึ่งถ้าหากไม่มีการกำหนดเป้าหมายให้ดีหรือมีความชัดเจน อาจจะทำให้ชิ้นงานประสบผลสำเร็จช้าลงหรืออาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเลยก็เป็นไปได้ ซึ่งอาจจะทำให้ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. ศึกษาวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน

จากการศึกษาวิธีการทำเตาเผา จึงได้จัดเตรียมอุปกรณ์ดังนี้

วัสดุ/อุปกรณ์	จำนวน(หน่วย)
1. ริปปิ้น	10 ม้วน
2. กาวแท่ง	1 แพ็ค
3. ปืนกาว	2 ตัว
4. เทปใส	1 ม้วน
5. ลูกปัด	1 แพ็ค
6. ดอกรักเทียม	1 แพ็ค
7. ด้าย	1 ม้วน
8. เข็มร้อยพวงมาลัย เบอร์ 8	2 เล่ม

ตารางที่ 3.1 ตารางวัสดุ/อุปกรณ์

3. การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจ

การจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจสามารถทำได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสำรวจ สำหรับการจัดทำแบบสอบถามทั่วไปที่สามารถใช้ได้หลายสถานการณ์ เช่น การสำรวจความพึงพอใจในการบริการของธุรกิจ หรือการสำรวจความพึงพอใจจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ในการจัดทำแบบสอบถาม การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งที่จะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนทั้งจำนวนผู้เข้าร่วมประเมินและช่วงอายุของผู้เข้าร่วมประเมิน เนื่องจากชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์อาจเป็นความชอบ ความสนใจเฉพาะกลุ่ม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เป็นกระบวนการที่สำคัญในการวางแผนการตลาดหรือการสื่อสาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมและมีแนวโน้มจะสนใจในสินค้าหรือบริการของเราได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขั้นตอนในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายสามารถทำได้ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ตลาด

- ศึกษาตลาด : หาข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมหรือบริการที่คุณสนใจ เช่น ขนาดของตลาด แนวโน้มความต้องการ และการเติบโตในอนาคต
- ศึกษาคู่แข่ง : เข้าใจว่าคู่แข่งของคุณกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างไรบ้าง และกลุ่มไหน ที่ยังไม่มี การตอบสนอง

1.2 การกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

- ประชากรศาสตร์ (Demographics) : เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะการสมรส
- ภูมิศาสตร์ (Geographics) : เช่น ที่อยู่เมือง/ประเทศ จังหวัด หรือพื้นที่ที่คุณต้องการให้บริการ
- จิตวิทยา (Psychographics) : เช่น ความสนใจ ค่านิยม พฤติกรรมการใช้ชีวิต
- พฤติกรรม (Behavioral) : เช่น ความถี่ในการซื้อ วิธีการชำระเงิน ความจงรักภักดี ต่อแบรนด์ หรือการตอบสนองต่อการส่งเสริมการขาย
- การสร้าง Persona (ตัวตนสมมุติ) : เช่น สร้างตัวตนสมมุติที่สะท้อนลักษณะของลูกค้าเป้าหมาย เช่น "พิมพ์" ผู้หญิงอายุ 30 ปีที่ชื่นชอบการออกกำลังกายและมีรายได้เฉลี่ย 25,000 บาทต่อเดือน เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารเข้าใจและตรงกลุ่มมากยิ่งขึ้น
- การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation) : เช่น
 - กลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการซื้อ : เช่น ลูกค้าที่ซื้อบ่อย ลูกค้าที่ซื้อครั้งแรก

กลุ่มลูกค้าตามความต้องการ : เช่น ลูกค้าที่ต้องการราคาถูกที่สุด หรือสินค้าที่มีคุณภาพสูง

กลุ่มลูกค้าตามไลฟ์สไตล์ : เช่น กลุ่มลูกค้าแนวเทคโนโลยี หรือกลุ่มลูกค้าแนวสุขภาพ

1.3 การทดสอบและปรับกลยุทธ์ หลังจากกำหนดกลุ่มเป้าหมายแล้ว ให้ทดสอบการสื่อสารหรือการตลาดกับกลุ่มนั้นๆ โดยใช้แคมเปญต่างๆ เช่น การโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย หรือการจัดกิจกรรมทดลองสินค้า วิเคราะห์ผลลัพธ์จากการตอบรับและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีความแม่นยำจะช่วยให้การทำการตลาดมีประสิทธิภาพสูงสุดลดการใช้ทรัพยากรในทางที่ไม่จำเป็น และทำให้การสื่อสารถึงลูกค้าเป็นไปได้ตรงจุดมากขึ้น

2. เกณฑ์การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) สามารถทำได้โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ ที่ช่วยให้การเลือกกลุ่มเป้าหมายมีความแม่นยำและตรงจุดมากขึ้น เกณฑ์หลักในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรม ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 เกณฑ์ประชากรศาสตร์ (Demographic Criteria)

เกณฑ์นี้จะพิจารณาคุณสมบัติพื้นฐานของกลุ่มลูกค้า เช่น

- อายุ : เช่น กลุ่มวัยรุ่น (15-24 ปี) วัยทำงาน (25-40 ปี) วัยกลางคน (40-60 ปี) หรือวัยเกษียณ (60 ปีขึ้นไป)

- เพศ : เช่น เพศชาย เพศหญิง หรือเพศทางเลือก
- สถานะการสมรส : เช่น คนโสด คนแต่งงาน หรือครอบครัว
- ระดับการศึกษา : เช่น ระดับมัธยม, ปริญญาตรี, ปริญญาโท หรือปริญญาเอก
- อาชีพ : เช่น นักศึกษา พนักงานออฟฟิศ ธุรกิจส่วนตัว หรือผู้บริหาร
- รายได้ : เช่น รายได้น้อย รายได้ปานกลาง หรือรายได้สูง
- เชื้อชาติ/สัญชาติ : อาจใช้ในบางกรณีที่ต้องการกำหนดกลุ่มเฉพาะ

2.2 เกณฑ์ภูมิศาสตร์ (Geographic Criteria)

การเลือกกลุ่มเป้าหมายตามสถานที่ตั้ง เช่น

- ประเทศ/ภูมิภาค : การเลือกกลุ่มในประเทศเฉพาะหรือภูมิภาคที่คุณต้องการทำการตลาด เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภาคใต้ หรือภาคตะวันออก
- เมือง/จังหวัด : เช่น ตลาดในเมืองใหญ่หรือเมืองเล็ก

- ขนาดของเมือง : เช่น เมืองใหญ่ เมืองเล็ก หรือเขตพื้นที่ชนบท
- สภาพภูมิอากาศ : เช่น การกำหนดกลุ่มลูกค้าตามภูมิอากาศ เช่น กลุ่มที่ชอบเครื่องแต่งกายฤดูหนาวหรือเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับฤดูร้อน
- ความหนาแน่นของประชากร : เช่น กลุ่มลูกค้าในเมืองที่มีความหนาแน่นสูงหรือในพื้นที่ชนบทที่มีประชากรเบาบาง

2.3 เกณฑ์จิตวิทยา (Psychographic Criteria)

เกณฑ์นี้จะพิจารณาพฤติกรรมและคุณค่าของกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ ความสนใจและค่านิยม เช่น

- ลักษณะนิสัย : เช่น กลุ่มคนที่ชอบการผจญภัย ชอบการใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย หรือชอบการใช้เทคโนโลยี
- ความสนใจ (Interests) : เช่น ชอบการท่องเที่ยว สุขภาพ กีฬา เทคโนโลยี แฟชั่น
- ค่านิยม (Values) : เช่น กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ความสะอาดสบาย หรือการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตอย่างมีจริยธรรม
- การใช้ชีวิต : เช่น กลุ่มที่ชอบใช้ชีวิตในเมือง กลุ่มคนทำงานหนัก หรือกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว

2.4 เกณฑ์พฤติกรรม (Behavioral Criteria)

เกณฑ์นี้จะพิจารณาการกระทำและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า เช่น

- พฤติกรรมการซื้อ : เช่น ลูกค้าที่มักจะซื้อสินค้าทุกเดือน ลูกค้าที่ซื้อเมื่อมีโปรโมชั่น หรือที่ซื้อสินค้าบางประเภทเท่านั้น
- ระดับการใช้ผลิตภัณฑ์ : เช่น ลูกค้าที่ใช้สินค้าบ่อย ลูกค้าที่ใช้เป็นครั้งคราวหรือใช้เมื่อจำเป็น
- การตอบสนองต่อการตลาด : เช่น ลูกค้าที่ชอบรับข่าวสารผ่านอีเมล โซเชียลมีเดีย หรือกิจกรรมส่งเสริมการขาย
- ความภักดีต่อแบรนด์ : เช่น ลูกค้าที่ภักดีต่อแบรนด์, กลุ่มที่พร้อมที่จะทดลองสินค้าหรือบริการใหม่ๆ
- การใช้งานผลิตภัณฑ์ : เช่น การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการตามความสะดวกสบายหรือคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่ง

2.5 เกณฑ์อื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง

- เทคโนโลยีและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต : การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี เช่น การใช้อินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันต่างๆ
- ปัญหาหรือความต้องการเฉพาะ : เช่น กลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาหรือความต้องการเฉพาะ เช่น ผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเกณฑ์การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2.6 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

การเลือกกลุ่มเป้าหมายควรมีการวิเคราะห์และประเมินเพื่อให้แน่ใจว่า

- กลุ่มเป้าหมายที่เลือกมีขนาดที่เพียงพอและสามารถเข้าถึงได้
- กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในสินค้าหรือบริการที่เสนอ
- สามารถสื่อสารและทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การจัดทำแบบสอบถาม

การจัดทำเอกสารแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นพฤติกรรม หรือความพึงพอใจในหัวข้อต่างๆ การออกแบบแบบสอบถามที่ดีจะช่วยให้การเก็บข้อมูลมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือทำการวิจัยได้อย่างถูกต้อง โดยมีขั้นตอนการจัดทำเอกสารแบบสอบถาม

3.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสอบถาม

ก่อนที่จะเริ่มออกแบบแบบสอบถามต้องมีความชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ เช่น

- ต้องการทราบความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการ
- ต้องการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่
- ต้องการเก็บข้อมูลเพื่อวิจัยเชิงสถิติ วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนจะช่วยให้การออกแบบคำถามมีความเฉพาะเจาะจงและตรงประเด็น

3.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญ เช่น ลูกค้า พนักงาน หรือประชาชนทั่วไป การกำหนดกลุ่มเป้าหมายช่วยให้เลือกคำถามที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย

3.3 ออกแบบคำถาม

คำถามที่ออกแบบจะต้องชัดเจน ตรงประเด็น และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การเก็บข้อมูล เช่น

- คำถามแบบปิด (Closed-ended Questions) : เป็นคำถามที่ผู้ตอบสามารถเลือกคำตอบจากตัวเลือกที่กำหนด เช่น ใช่/ไม่ใช่, ระดับความพึงพอใจ เช่น 1-5 หรือ 1-3

ตัวอย่าง: "คุณพึงพอใจกับสินค้าของเราหรือไม่?"

☐ พึงพอใจมาก = 3

☐ พอใช้ = 2

☐ ไม่พอใจ = 1

- คำถามแบบเปิด (Open-ended Questions) : เป็นคำถามที่ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ

ตัวอย่าง คุณมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า

- คำถามแบบลำดับ (Ranking Questions) : การให้ผู้ตอบจัดอันดับจากตัวเลือกต่างๆ

ตัวอย่าง กรุณาจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (1 = สำคัญที่สุด, 5 = สำคัญน้อยที่สุด)

- คำถามแบบสเกล (Likert Scale Questions) : ใช้ในการวัดความพึงพอใจหรือความคิดเห็น โดยให้ผู้ตอบเลือกคะแนนจากสเกลที่กำหนด

ตัวอย่าง : คุณเห็นด้วยกับข้อความนี้หรือไม่ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

3.4 จัดลำดับคำถาม

คำถามควรมีลำดับที่เป็นระเบียบ โดยเริ่มจากคำถามทั่วไปไปยังคำถามที่เฉพาะเจาะจง เพื่อให้ผู้ตอบรู้สึกสับสนหรือเหนื่อยหน่าย โดยให้เริ่มจากคำถามพื้นฐานที่ช่วยให้ผู้ตอบรู้สึกสะดวก แล้วตามด้วยคำถามที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น สุดท้ายคำถามที่มีลักษณะเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

3.5 ระบุข้อมูลการตอบกลับ

หากต้องการเก็บข้อมูลเชิงสถิติ คำถามต้องมีตัวเลือกที่ชัดเจนและไม่เปิดกว้างเกินไป เช่น ใช่/ไม่ใช่ เกรตคะแนน หรือระดับความพึงพอใจ เป็นต้น

3.6. ตรวจสอบคำถามและทดสอบแบบสอบถาม

ก่อนที่จะใช้แบบสอบถามจริง ควรทำการตรวจสอบและทดสอบแบบสอบถาม (Pilot Test) กับกลุ่มเล็กๆ เพื่อตรวจสอบว่า

- คำถามเข้าใจง่ายหรือไม่
- ไม่มีคำถามที่คลุมเครือหรือทำให้เกิดความสับสน

- ไม่มีคำถามที่ซ้ำซ้อนหรือไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งการตั้งคำถามไม่ยาวเกินไปเพื่อให้ผู้ตอบรู้สึกเบื่อหน่าย

3.7 ออกแบบรูปลักษณะของเอกสาร

- รูปลักษณะของแบบสอบถามควรเรียบง่ายและสะอาดตา
- ใช้ฟอนต์ที่อ่านง่าย
- มีระยะห่างระหว่างคำถาม
- ใช้หัวข้อหรือการจัดกลุ่มคำถามเพื่อให้ง่ายต่อการอ่าน อาจมีการแบ่งหมวดหมู่เพื่อให้ผู้ตอบสามารถตอบได้ตามลำดับความสำคัญ

3.8 ทบทวนและสรุป

หลังจากจัดทำแบบสอบถามแล้ว ควรมีการทบทวนอีกครั้งเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีข้อผิดพลาดหรือคำถามที่ซ้ำซ้อน และคำถามทั้งหมดเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ตัวอย่างโครงสร้างของแบบสอบถาม :

ข้อมูลพื้นฐาน (Demographic Questions)

- อายุ : _____
- เพศ : ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ อื่นๆ
- อาชีพ : _____
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน : ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000-30,000 บาท ☐ มากกว่า 30,000 บาท

คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ

- คุณเคยใช้สินค้าของเราหรือไม่ ☐ ใช่ ☐ ไม่
- ระดับความพึงพอใจของคุณที่มีต่อสินค้าของเราคือ (1 = ต่ำสุด, 5 = สูงสุด) 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

คำถามความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

- คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีจุดเด่นอะไรบ้าง _____
- คุณมีข้อเสนอแนะใดๆ เพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการของเรา _____

ข้อควรระวัง

- หลีกเลี่ยงคำถามที่มีความอ่อนไหว หรือคำถามที่อาจทำให้ผู้ตอบรู้สึกไม่สบายใจ
- อย่าให้คำถามยาวเกินไปหรือซับซ้อนเกินไป
- ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่เก็บรวบรวม

ซึ่งได้คณะผู้จัดทำได้ร่างแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรูปแบบการจัดทำแบบสอบถาม มีดังนี้

1. แบบสอบถามความพึงพอใจ จะแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้สอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามระดับความพึงพอใจที่มีต่อชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์ โดยคำถาม 5 ข้อ เพื่อให้แสดงความพึงพอใจ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

2. ระดับการให้คะแนนความพึงพอใจ 5 ระดับ มีดังนี้

ระดับที่ 5 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง พอใจมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง พอใจ

ระดับที่ 2 หมายถึง พอใช้

ระดับที่ 1 หมายถึง ปรับปรุง

3.9 เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ

คณะผู้จัดทำได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการใช้วิเคราะห์ข้อมูลคะแนนความพึงพอใจ มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตัวเลือก โดยใช้ร้อยละ ประกอบคำบรรยาย

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1 กำหนดค่าคะแนนจากแบบสอบถาม เป็น 5 ระดับ ดังนี้

พอใจมากที่สุด	เท่ากับ 5	คะแนน
พอใจมาก	เท่ากับ 4	คะแนน
พอใจ	เท่ากับ 3	คะแนน
พอใช้	เท่ากับ 2	คะแนน
ปรับปรุง	เท่ากับ 1	คะแนน

นำระดับความคิดเห็นมาหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ที่คำนวณได้ตามเกณฑ์ ดังนี้

4.50 - 5.00	เท่ากับ	พอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	เท่ากับ	พอใจมาก
2.50 - 3.49	เท่ากับ	พอใจ

1.50 - 2.49	เท่ากับ	พอใช้
1.00 - 1.49	เท่ากับ	ปรับปรุง

2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2.1. การหาค่าร้อยละ ใช้สูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ร้อยละ (\%)} &= \frac{x \times 100}{n} \\ X &= \text{จำนวนข้อมูลที่ต้องการนำมาหารร้อยละ} \\ N &= \text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด} \end{aligned}$$

2.2.2 การหาค่าเฉลี่ย ใช้สูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \bar{x} &= \frac{\Sigma x}{n} \\ \bar{x} &= \text{ค่าเฉลี่ย} \\ \Sigma x &= \text{ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด} \\ N &= \text{จำนวนของข้อมูลทั้งหมด} \end{aligned}$$

2.2.3. ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Stand Deviation)

$$\begin{aligned} \text{S.D.} &= \frac{\sqrt{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}}{n(n-1)} \\ \text{S.D.} &= \text{ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ N &= \text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด} \\ \Sigma x^2 &= \text{ผลคะแนนรวมแต่ละตัวยกกำลังสอง} \\ (\Sigma x)^2 &= \text{ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง} \end{aligned}$$



แบบสอบถามความพึงพอใจพอ

โครงการมาลัยรับบั้นผูกรัก

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน โปรดแสดงความคิดเห็นให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ () ชาย () หญิง

1.2 ระดับชั้น () ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

() ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ตอนที่ 2 กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่าน

ระดับที่ 5 หมายถึง พอใจมากที่สุด , ระดับที่ 4 หมายถึง พอใจมาก , ระดับที่ 3 หมายถึง พอใจ ,

ระดับที่ 2 หมายถึง พอใช้ , ระดับที่ 1 หมายถึง ปรับปรุง

รายการสอบถาม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ความคิดสร้างสรรค์ของชิ้นงาน					
2. ความละเอียดประณีตของชิ้นงาน					
3. การเลือกใช้วัสดุ/อุปกรณ์ในการจัดทำชิ้นงาน					
4. การนำไปใช้งาน					
5. ความคุ้มค่าของราคา					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

ผลจากการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และหัวข้อที่กำหนดของโครงการพวงมาลัยริบบิ้นผูกรัก คณะผู้จัดทำได้ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้นำเสนอตามลำดับต่อไปนี้

1. ผลจากการดำเนินงาน
2. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน
3. ผลจากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจ

1. ผลจากการดำเนินงาน

จากผลจากการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดขึ้น ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินงานมีดังนี้

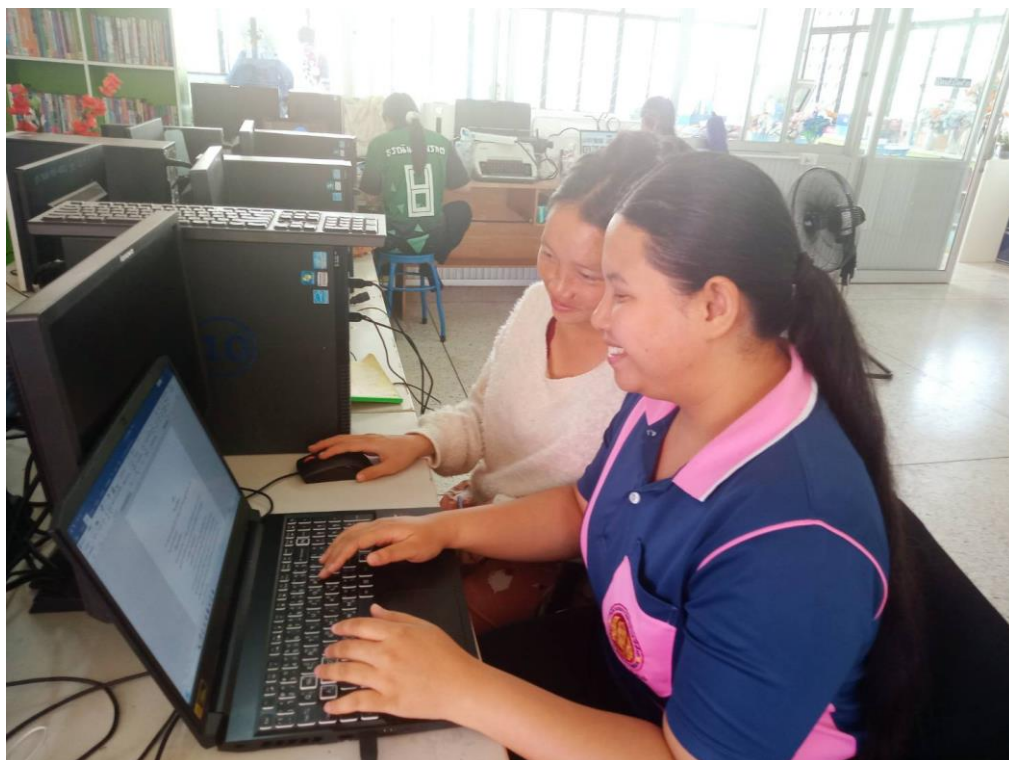
1.1 ผลการประชุมการวางแผนดำเนินงาน

ประชุมครั้งที่ 1 ประชุมเพื่อกำหนดหัวข้อและสิ่งประดิษฐ์ที่ต้องการจัดทำ

การจัดการประชุมครั้งนี้ เพื่อให้คณะผู้จัดทำได้รวบรวมความคิดเพื่อกำหนดหัวข้อในการทำงาน และพูดคุยสนทนาเกี่ยวกับวัสดุหรือสิ่งประดิษฐ์ที่น่าสนใจ โดยมีความคิดที่อยากจะทำนำวัสดุเหลือใช้มารังสรรค์ให้มีคุณค่าหรืออาจนำวัสดุที่หาได้ทั่วไปมาดัดแปลงเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานมากยิ่งขึ้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มได้รวบรวมความคิดกันและเสนอรายการสิ่งประดิษฐ์มาด้วยกัน 6 อย่าง มีดังนี้

1. โคมไฟจากฝาขวดพลาสติก
2. ตุ๊กจากเศษผ้า
3. เข็มขัดจากเม็ดยางพารา
4. กระเป๋าสานจากชองกาแฟ
5. พวงมาลัยจากริบบิ้น
6. โมเดลบ้านจากลังกระดาษ

หลังจากมีการเสนอรายการประดิษฐ์ขึ้นมา คณะผู้จัดทำจึงได้ใช้วิธีการให้หนึ่งในสมาชิกจับฉลากเพื่อเลือกหัวข้อนำเสนออาจารย์ผู้สอน ซึ่งผลจับฉลากที่ได้คือ พวงมาลัยจากริบบิ้น



ภาพที่ 4.1 ภาพการประชุมเลือกหัวข้อสิ่งประดิษฐ์

ประชุมครั้งที่ 2 ประชุมเพื่อการวางแผนการดำเนินงาน การวางแผนการดำเนินงานที่ดีและร่วมปรึกษาซึ่งกันและกัน จะช่วยให้การดำเนินงานมีรอบคอบ เกิดความผิดพลาดระหว่างการดำเนินงานน้อยลง และการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน จึงจะทำให้การทำงานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานดังนี้

1. แบ่งหน้าในการดำเนินงาน

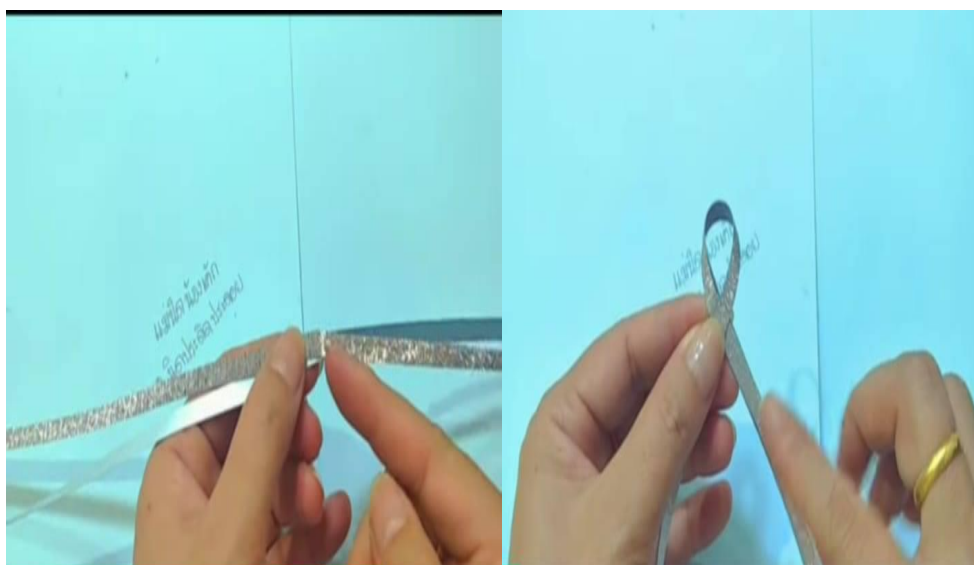
สมาชิกคนที่ 1 นางสาวสุกิตา แข็งแรง จัดหาวัสดุอุปกรณ์และศึกษาวิธีการทำเพื่อจัดทำชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์

สมาชิกคนที่ 2 นางสาวธณานิ อุตะมะ รวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาและข้อมูลรูปภาพเพื่อจัดทำรูปเล่มโครงงาน

2. การศึกษา ค้นคว้าวิธีการประดิษฐ์ ซึ่งวิธีการปฏิบัติมีดังนี้

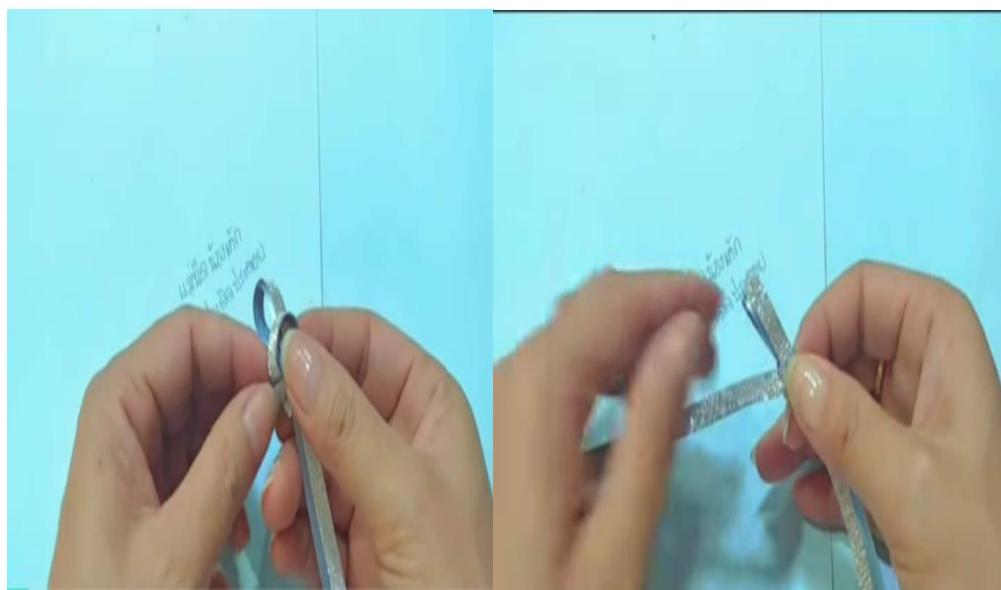
ขั้นตอนการทำ พวงมาลัยลายตะขาบ มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำริบบิ้นเบอร์ 2 ที่แบ่งไว้แล้วความยาว 190 นิ้วมาพับครึ่งแล้วนำเส้นด้านขวามือมาทับซ้ายมือให้ตรงกับรอยพับครึ่ง แล้วจะได้เป็นห่วงเหมือนในรูปภาพ



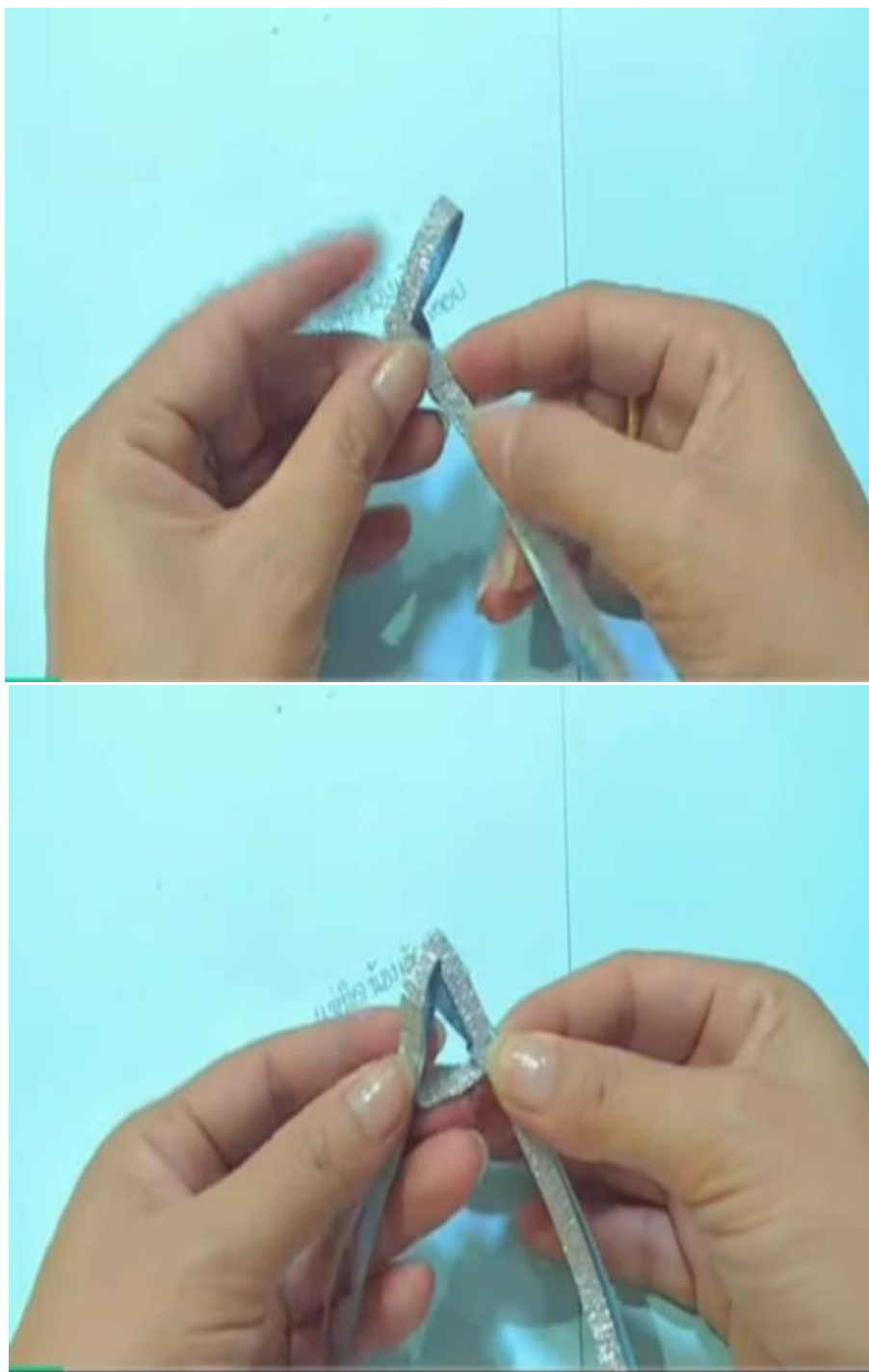
ภาพที่ 4.2 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 2 ย่นริบบิ้นเส้นที่อยู่ด้านล่างขวามือเข้าห่วงแรกที่ทำไว้แล้วดึงเส้นซ้ายมือลงเพื่อที่จะรัดแล้วพลิกเส้นซ้ายมือล่างขึ้นบนแล้วดึงแล้วค่อยพลิกกลับคืน



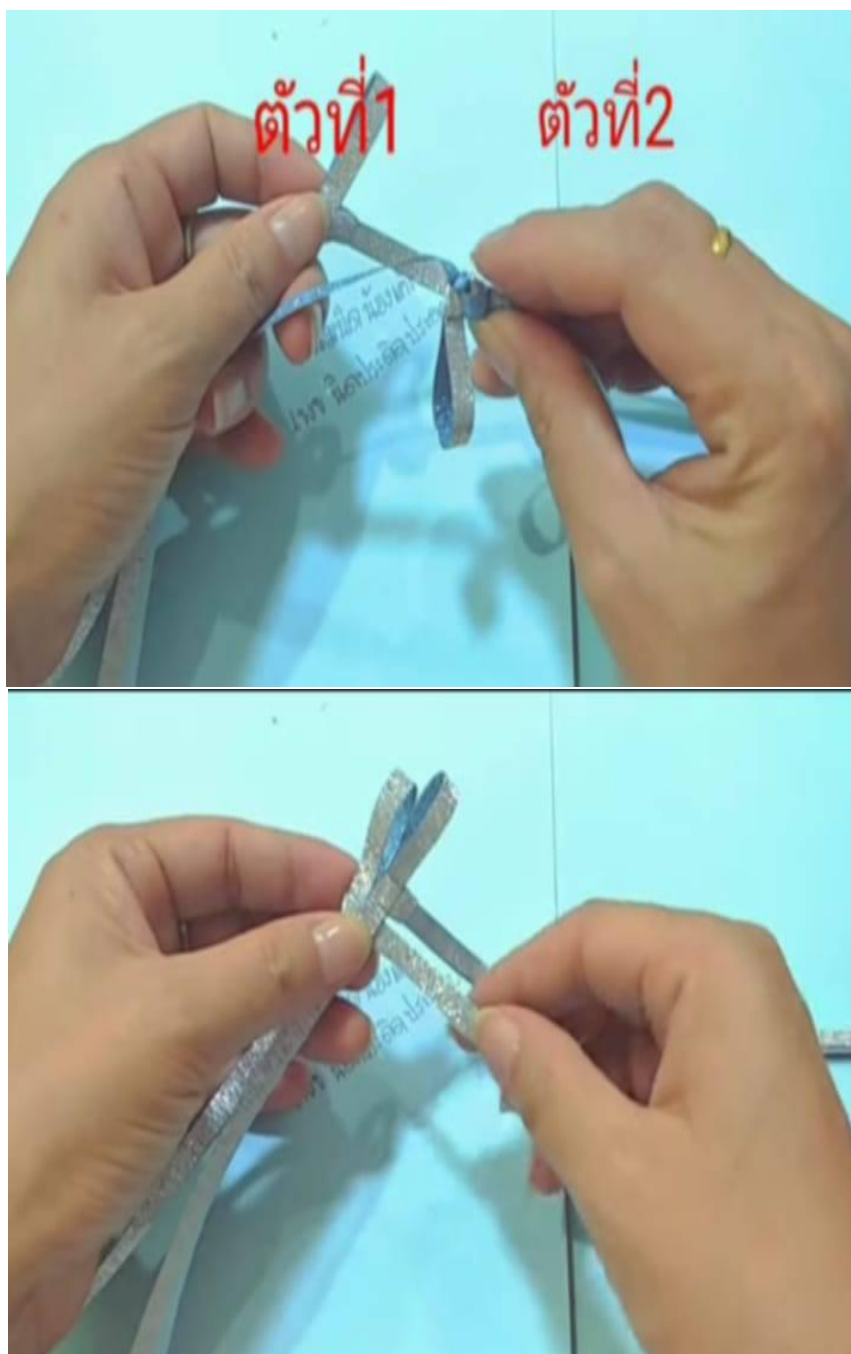
ภาพที่ 4.3 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 3 ย่นเส้นซ้ายมือสอดเข้าหว่างด้านขวามือแล้วดึงเส้นขวามือเพื่อที่จะล็อกเส้น
ด้านซ้ายมือก็จะได้เป็นตะขาบ 1 ตัวทำให้ได้ตะขาบทั้งหมด 7 ตัว



ภาพที่ 4.4 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 3

ขั้นตอนที่ 4 นำด้านหลังตัวที่ 2 บริเวณที่ชี้ไปวางภาพตัวที่ 1 บริเวณที่กดไว้แล้วนำขาขวามือของตัวที่ 1 สอดเข้าห้วงของตัวมันเองแล้วทำการดึงเส้นซ้ายมือของตัวที่ 1 เพื่อที่จะล็อคตัวตะขาบตัวที่ 2 ส่วนตะขาบตัวที่ 3 ถึงตัวที่ 7 ก็ทำเช่นเดียวกันกับตะขาบตัวที่ 2 ไปจนจบแล้วจะได้ตะขาบเหมือนในภาพถัดไป



ภาพที่ 4.5 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 4

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อได้ตะขาบเหมือนในภาพแล้วให้นำทางด้านซ้ายของตะขาบตัวที่ 1 มาทับทางด้านขวาของตะขาบตัวที่ 7 แล้วย่นขาตะขาบด้านขวาตัวที่ 7 สอดเข้าห้วงตัวมันเองแล้วดึงทางด้านซ้ายของตะขาบตัวที่ 7 เพื่อที่จะลือขาตะขาบตัวที่ 1 ให้เป็นวงกลม แล้วทำการสอดตะขาบตัวที่ 6 ไปตัวที่ 1 เหมือนตะขาบตัวที่ 7 เมื่อจบรอบแล้วให้หมุนสอดมาจากตัวที่ 1 มาหาตัวที่ 7 ทำแบบนี้จนสุดความยาวของริบบิ้นจะได้ตัวพวงมาลัยตะขาบ 1 ตัว แล้วทำการสอดตะขาบตัวที่ 6 ไปตัวที่ 1 เหมือนตะขาบตัวที่ 7 เมื่อจบรอบแล้วให้หมุนสอดมาจากตัวที่ 1 มาหาตัวที่ 7 ทำแบบนี้จนสุดความยาวของริบบิ้นจะได้ตัวพวงมาลัยตะขาบ 1 พวง



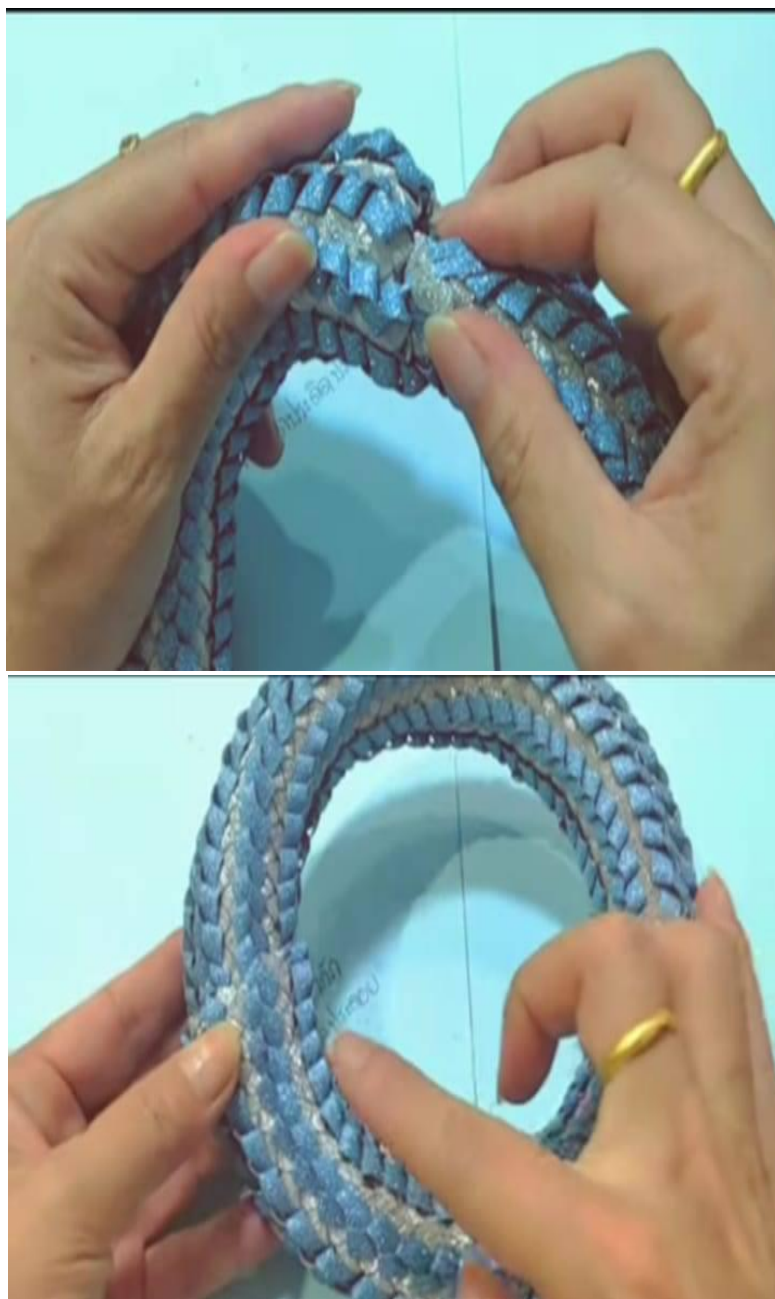
ภาพที่ 4.6 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 5

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อถักตัวพวงจนสุดความยาวของริบบิ้นแล้วจะเหลือส่วนเกินของริบบิ้นให้ทำการดึงส่วนเกินและลือครีบบิ้นให้แน่นเสร็จแล้วทำการเย็บติดกันด้วยลวดเย็บกระดาษเพื่อที่จะให้ริบบิ้นไม่หลุดส่วนต่อไปให้ทำการตัดริบบิ้นส่วนเกินออกเพื่อเก็บรายละเอียดเหมือนดังภาพ



ภาพที่ 4.7 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 6

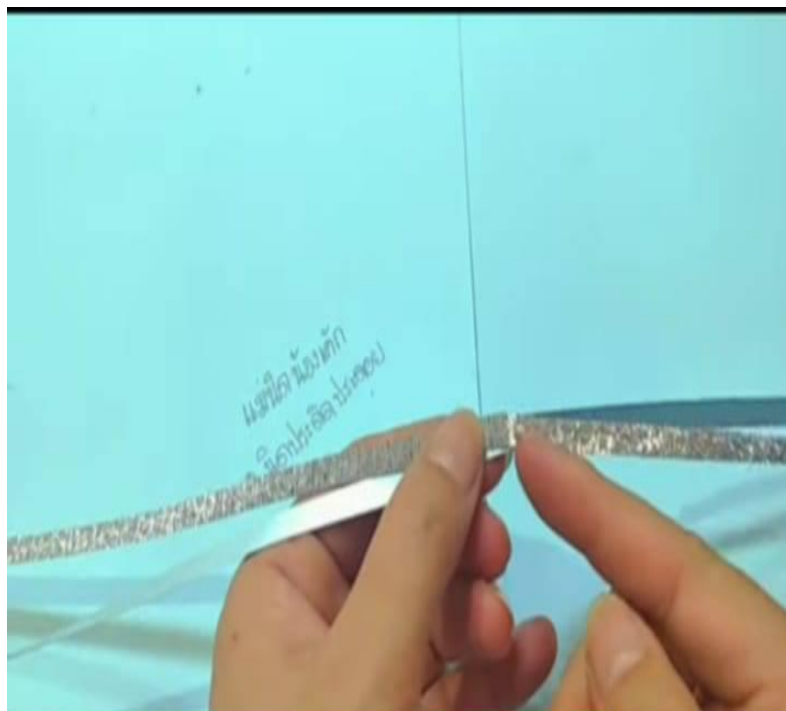
ขั้นตอนที่ 7 นำตัวพวงทางด้านที่เย็บด้วยลวดเย็บกระดากเพื่อเก็บรายละเอียดสอดเข้าด้านที่เริ่มถักโดยใช้ปืนกาวบริเวณปลายแล้วสอดเข้าไปด้านในเพื่อให้แน่นหนาในขณะที่สอดเข้าไปควรบิดตัวพวงให้มีลายที่ตรงกัน



ภาพที่ 4.8 การทำพวงมาลัยลายตะขาบขั้นตอนที่ 7

ขั้นตอนการทำตะขาคล้องพวงและตะขาคล้องอุบะ มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำริบบิ้นเบอร์ 2 ที่แบ่งครึ่งแล้วในความยาว 65 นิ้วมาพับครึ่งแล้วนำทางด้านขวา มาทับด้านซ้ายให้ตรงกับรอยที่พับครึ่งส่วนตะขาคล้องอุบะจะใช้เวลาความยาวที่ 95 นิ้ว



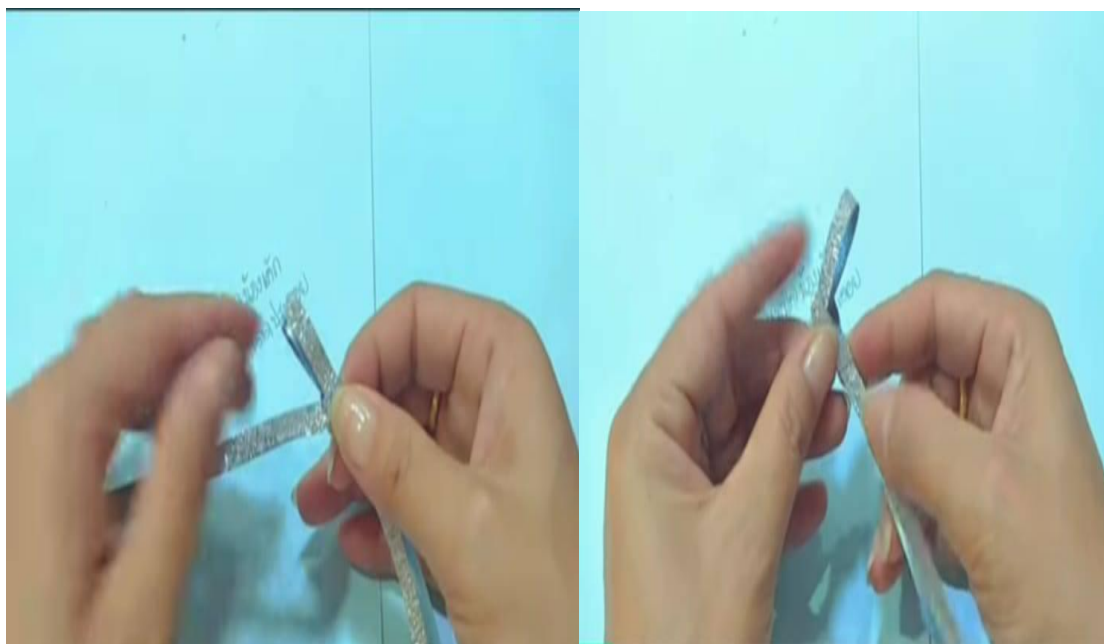
ภาพที่ 4.9 การทำตะขาคล้องพวงและตะขาคล้องอุบะ ขั้นตอนที่ 1

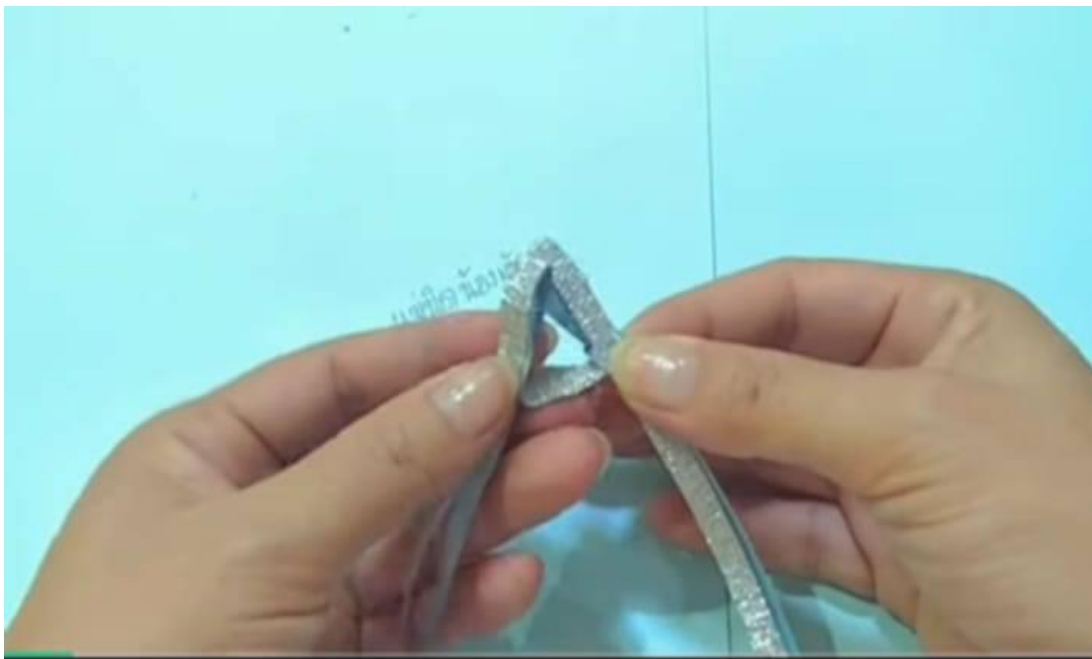
ขั้นตอนที่ 2 ย่นริบบิ้นเส้นที่อยู่ด้านล่างขวามือเข้าห้วงแรกที่ทำไว้แล้วดึงเส้นซ้ายมือเพื่อล๊อคริบบิ้น ดังภาพข้างล่าง



ภาพที่ 4.10 การทำตะขาค้างและตะขาค้างอุบะ ขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 3 พลิกริบบิ้นเส้นซ้ายมือจากด้านล่างขึ้นมาด้านบนแล้วดึงแล้วพลิกกลับคืนเสร็จแล้วย่นริบบิ้นซ้ายมือสอดห้วงขวามือแล้วดึงริบบิ้นเส้นขวามือเพื่อที่จะล๊อคตัวริบบิ้นแล้วจะได้ตะขาค้าง 1 ตัว ในตัวข้อรัดอุบะกับข้อรัดตัวพวงใช้ตะขาค้าง 3 ตัวเหมือนกัน ดังภาพด้านล่าง

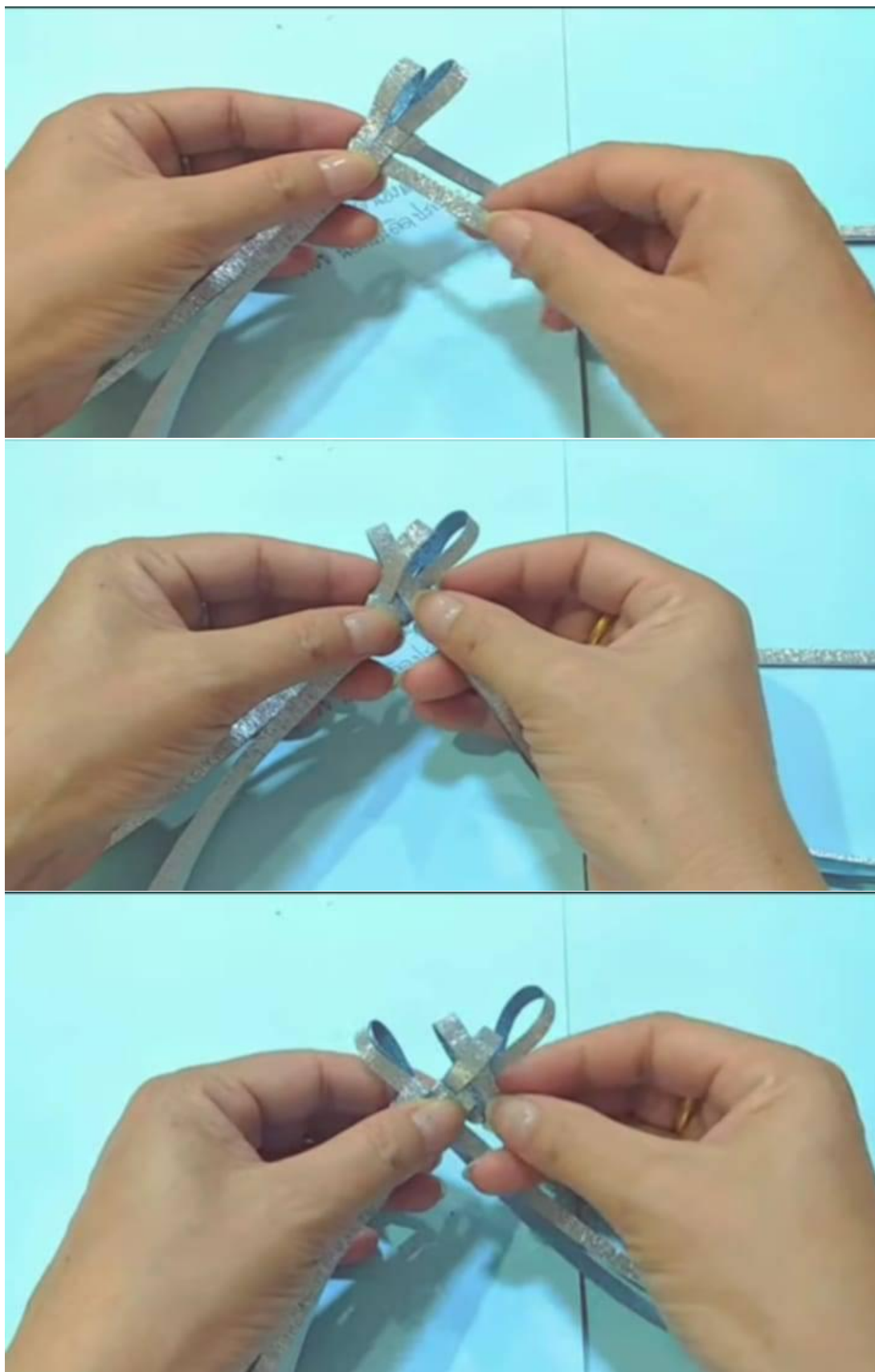




ภาพที่ 4.11 การทำตะขาค้างฟ่งและตะขาค้างอุบะ ขั้นตอนที่ 3

ขั้นตอนที่ 4 นำตะขาค้างตัวที่ 2 มาทาบตะขาค้างตัวที่ 1 แล้วนำขาตะขาค้างตัวที่ 1 ด้านขวาย่น แล้วสอดเข้าตัวมันเองเสร็จแล้วดึงขาตะขาค้างด้านซ้ายเพื่อที่จะล็อกตะขาค้างนำตะขาค้างตัวที่ 3 มาถ้า ตะขาค้างตัวที่ 2 แล้วนำขาตะขาค้างด้านขวาย่นสอดเข้าห้วงตัวมันเองแล้วดึงขาตะขาค้างตัวที่ 2 ด้านซ้าย เพื่อที่จะล็อกตะขาค้างแล้วนำขาตะขาค้างตัวที่ 3 ด้านขวาย่นสอดเข้าห้วงตะขาค้างที่ 3 แล้วดึงขาตะขาค้าง ด้านซ้ายเพื่อที่จะล็อกให้แน่นเสร็จแล้วย่นขาตะขาค้างด้านซ้ายตัวที่ 3 สอดเข้าห้วงของตัวมันเองแล้วดึง ขาด้านขวาเพื่อล็อกตะขาค้างขาด้านซ้ายตัวที่ 2 ย่นสอดเข้าห้วงตัวมันเองดึงขาด้านขวาตะขาค้างตัวที่ 2 เพื่อล็อกให้แน่นแล้วนำขาตะขาค้างด้านซ้ายของตัวที่ 1 ย่นสอดเข้าห้วงแล้วดึงขาตะขาค้างด้านขวาเพื่อ ล็อกให้แน่นทำแบบนี้วนไปเรื่อยๆ จนสุดความยาวของริบบิ้น ดังภาพข้างล่าง

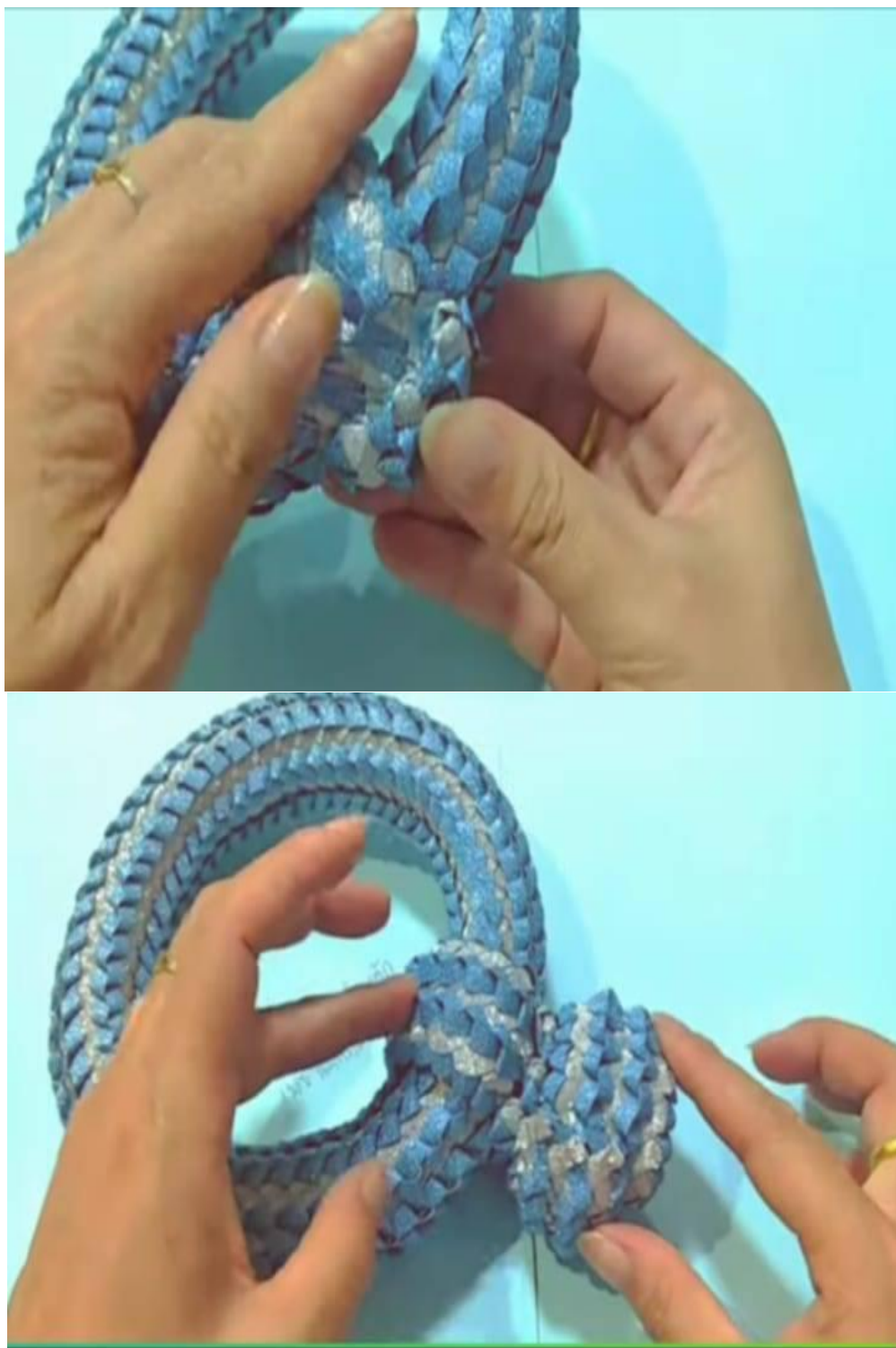




ภาพที่ 4.12 การทำตะขาค้างฟุ้งและตะขาค้างอุบะ ขั้นตอนที่ 4

ขั้นตอนที่ 5 เป็นการเก็บรายละเอียดของตัวรัดพวงและตัวรับอุบะเมื่อสุดแล้วจะมีห่วงให้ดึงตัวที่เป็นห่วงดึงขึ้นส่วนตัวที่รัดข้างล่างก็เอาไว้เหมือนเดิมแล้วดึงตัวรับป็นให้แน่นเสร็จแล้วทำการตัดแต่งให้เรียบร้อยแล้วนำไปประกอบในตัวพวงมาลัยให้เป็นไปตามรูปแบบ ดังภาพข้างล่าง





ภาพที่ 4.13 การทำตะขาค้างฟุ้งและตะขาค้างอุบะ ขั้นตอนที่ 5

2. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน

โดยวัสดุ อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการดำเนินงาน คณะผู้จัดทำได้สั่งซื้อผ่านทางช่องทางออนไลน์ และ ในท้องตลาด มีดังนี้



ภาพที่ 4.14 ริบบิ้น



ภาพที่ 4.15 กาวแท่ง



ภาพที่ 4.16 ปืนกาว



ภาพที่ 4.17 เทปใส



ภาพที่ 4.18 ลูกปัด



ภาพที่ 4.19 ดอกรักเทียม



ภาพที่ 4.20 ด้าย



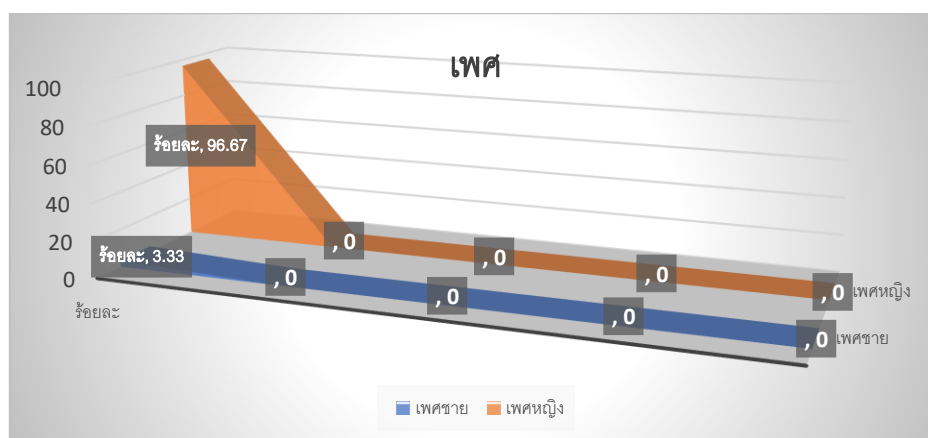
ภาพที่ 4.21 เข็มร้อยพวงมาลัย เบอร์ 8

3. ผลจากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจ

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มนักเรียน นักศึกษา แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยการอาชีพสังขะ มีความสนใจในการประดิษฐ์ พวงมาลัยจากริบบิ้น เป็นจำนวนมาก โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

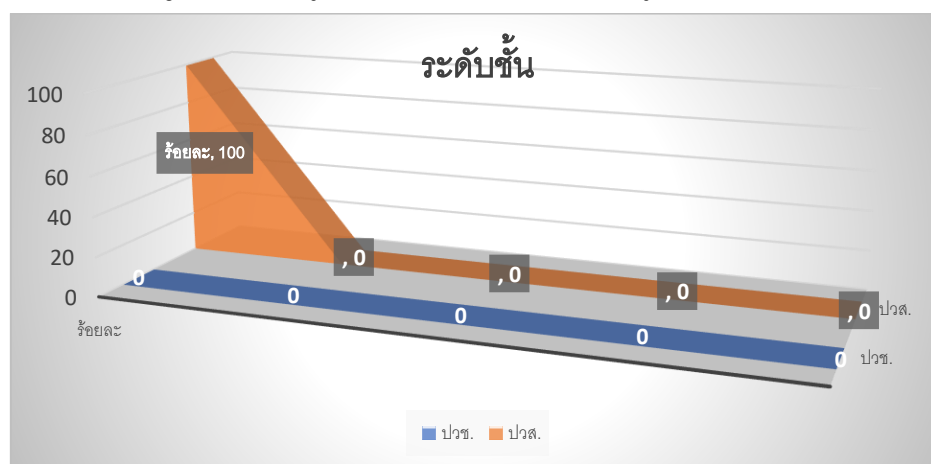
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แผนภูมิที่ 4.1 ข้อมูลจำนวนร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม



จากแผนภูมิที่ 4.1 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 96.67 รวมจำนวนเพศชายและเพศหญิงที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100

แผนภูมิที่ 4.2 ข้อมูลจำนวนร้อยละของระดับชั้นผู้ตอบแบบสอบถาม



จากแผนภูมิที่ 4.2 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง (ปวส.) แผนกวิชาการบัญชี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงการ มาลัยริบบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love)

ตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ลำดับ ที่	รายการ	X	S.D.	แปรผล (ระดับ)
1	ความคิดสร้างสรรค์ของชิ้นงาน	4.90	0.30	พอใจมากที่สุด
2	ความละเอียดประณีตของชิ้นงาน	4.77	0.56	พอใจมากที่สุด
3	การเลือกใช้วัสดุ/อุปกรณ์ในการจัดทำชิ้นงาน	4.83	0.37	พอใจมากที่สุด
4	การนำไปใช้งาน	4.73	0.44	พอใจมากที่สุด
5	ความคุ้มค่าของราคา	4.87	0.56	พอใจมากที่สุด
เฉลี่ย		4.75	0.53	พอใจมากที่สุด

ตารางที่ 4.1 ตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 4.1 ผลจากการรวบรวมข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากแบบสอบถามพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อชิ้นงานมาลัยริบบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love) มีความพึงพอใจมากที่สุดซึ่งหัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์ของชิ้นงานอยู่ที่ 4.90 ต่อมาหัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดแต่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรองลงมาตามลำดับ คือ ความคุ้มค่าของราคาอยู่ที่ 4.87 การเลือกใช้วัสดุ/อุปกรณ์ในการจัดทำชิ้นงานอยู่ที่ 4.83 ความละเอียดประณีตของชิ้นงานอยู่ที่ 4.77 และการนำไปใช้งานอยู่ที่ 4.73 ซึ่งจากหัวข้อดังกล่าวทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของโครงการมาลัยริบบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love) คณะผู้จัดทำได้ข้อสรุปการดำเนินงานได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการ
2. สรุปผลของการดำเนินโครงการ
3. อภิปรายผล
4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. วัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการ

- 1.1 เพื่อศึกษาการประดิษฐ์ชิ้นงานจากริบบิ้น
- 1.2 เพื่อสร้างสรรค์ชิ้นงานใหม่จากริบบิ้น
- 1.3 เพื่อสร้างอาชีพ และสร้างรายได้

2. สรุปผลของการดำเนินโครงการ

ผลจากการรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามความพึงพอใจพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาแผนกวิชาการบัญชี เพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 96.67 รวมจำนวนเพศชายและเพศหญิงที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และระดับชั้นของนักเรียน นักศึกษาที่ร่วมตอบแบบสอบถามพบว่าเป็น ระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง แผนกวิชาการบัญชี จำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งจากความคิดเห็นโดยรวมการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจมากที่สุด

3. อภิปรายผล

จากความคิดเห็นข้างต้นในการตอบแบบสอบถามของโครงการมาลัยริบบิ้นผูกรัก (Ribbon Garland of Love) ในทุกหัวข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ผลจากการรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับชิ้นงานมาลัยริบบิ้นผูกรักพบว่า ระดับความพึงพอใจมากที่สุดและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์ของชิ้นงานอยู่ที่ 4.90

ต่อมาหัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดแต่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรองลงมาตามลำดับ คือ ความละเอียดประณีตของชิ้นงานอยู่ที่ 4.77 และการนำไปใช้งานอยู่ที่ 4.73 ซึ่งจากหัวข้อดังกล่าวทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในช่วงการดำเนินงาน

4.1.1 ความคิดเห็นไม่ตรงกันในบางเรื่อง

4.1.2 เวลาในการดำเนินงานไม่ตรงกัน

4.1.3 ชิ้นงานมีขั้นตอนในการทำที่ค่อนข้างซับซ้อน ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษาและใช้ระยะเวลาในการจัดทำค่อนข้างนาน

4.2 การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

4.2.1 ได้มีการพูดคุย สนทนากันมากขึ้น เพื่อให้ได้ความคิดเห็นในการทำงานตรงกันมากที่สุด

4.2.2 เนื่องจากการจัดเวลาให้ตรงกันของคณะผู้จัดทำเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยาก จึงได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการการดำเนินงานบางส่วน และได้แบ่งหน้าความรับผิดชอบผิดกันเพื่อความสมบูรณ์ของงาน

4.2.3 ได้ทำการศึกษากระบวนการจัดทำชิ้นงานให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อปรับรูปแบบของชิ้นงานให้ง่ายขึ้น ยังคงความประณีต สวยงามและสำเร็จบรรลุตามระยะเวลาที่กำหนด

4.3 ข้อเสนอแนะ

4.3.1 ในกระบวนการจัดทำเป็นกลุ่มหรือคณะ หัวใจหลักในการดำเนินงานคือความสามัคคี และการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มรวมถึงการรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานเพื่อหาข้อสรุปหรือวิธีการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

4.3.2 การจัดทำเอกสารรูปแบบ มักเน้นที่ความถูกต้องทางหลักภาษา ระดับของการใช้ภาษาและรูปแบบของการจัดเอกสาร คณะผู้จัดทำควรตรวจสอบทุกขั้นตอนก่อนนำเข้ารูปแบบ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพื่อลดการเกิดความผิดพลาดของรูปแบบโครงการ

4.3.3 การเลือกหัวข้อที่จะนำมาจัดทำโครงการควรคำนึงระยะเวลาที่กำหนด และไม่ใช้งบประมาณมากเกินไป

บรรณานุกรม

- _____. “ประวัติโบริบิ้นตีตม”. (2020/12/18). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://sites-courtauldacuk.translate.goog/documentingfashion/> (สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2568)
- _____. “ความเป็นมาของพวงมาลัย-ศิลปะปราณีตจากดอกไม้”. (2022-12-10). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://narvist.com> (สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2568)
- _____. “รูปแบบมาลัยและดอกไม้ประดิษฐ์”. (2019/11/18). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://lovethaicrafts.wordpress.com/the-journey-begins/> (สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2568)
- _____. “ชนิดของมาลัย”. (2013/12/02). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://oummmm.wordpress.com> (สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568)
- _____. “แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด”. (2014/12/07). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://maymayny.wordpress.com> (สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568)
- _____. “การตลาดเพื่อสังคม”. (25 Mar 2022). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://lineshoppingseller.com/market-trend/social-enterprise> (สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568)
- _____. “วิธีถักพวงมาลัยกลมลายตะขาบ”. (20209/04/11). [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://youtu.be/UsYAkodZVxg?si=1OxD5SUcVK1Bwnv9> (สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบเสนอขออนุมัติโครงการ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความพึงพอใจ



แบบสอบถามความพึงพอใจพอ

โครงการมาลัยรับบั้นผูกรัก

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน โปรดแสดงความคิดเห็นให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ () ชาย () หญิง

1.2 ระดับชั้น () ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

() ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ตอนที่ 2 กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่าน

ระดับที่ 5 หมายถึง พอใจมากที่สุด , ระดับที่ 4 หมายถึง พอใจมาก , ระดับที่ 3 หมายถึง พอใจ ,

ระดับที่ 2 หมายถึง พอใช้ , ระดับที่ 1 หมายถึง ปรับปรุง

รายการสอบถาม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ความคิดสร้างสรรค์ของชิ้นงาน					
2. ความละเอียดประณีตของชิ้นงาน					
3. การเลือกใช้วัสดุ/อุปกรณ์ในการจัดทำชิ้นงาน					
4. การนำไปใช้งาน					
5. ความคุ้มค่าของราคา					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

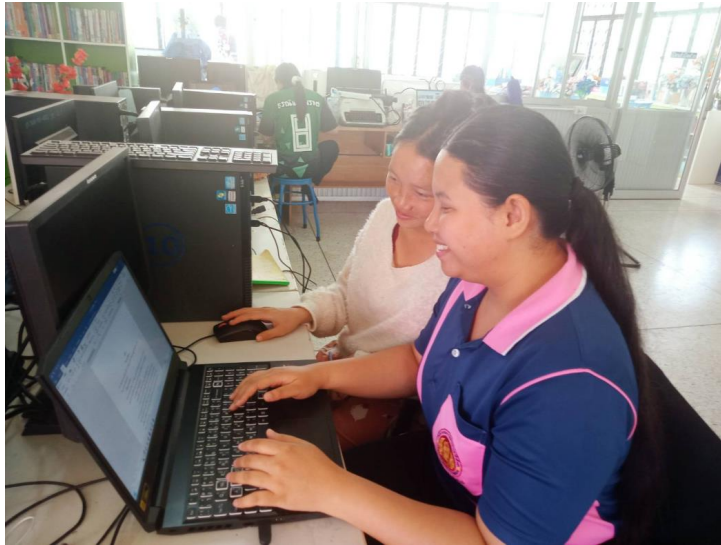
.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

ขั้นตอนการดำเนินงาน



รูปภาพที่ 1 การประชุมวางแผนการดำเนินงาน



รูปภาพที่ 2 การจัดทำรูปเล่ม



ภาพที่ 3 การทำกลีบเลี้ยงสำหรับทำอุบะมาลัย



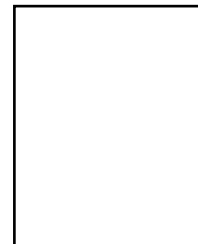
ภาพที่ 4 กลีบเลี้ยงที่ประกอบเสร็จแล้ว

ภาคผนวก ง

ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ-สกุล	นางสาวธัญญานี อุตะมะ
ชื่อเรื่อง	โครงการมาลัยริบบิ้นผู้รัก (Ribbon Garland of Love)
แผนกวิชา	การบัญชี
วัน/เดือน/ปีเกิด	วันที่ 28 พฤษภาคม 2547



ประวัติการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

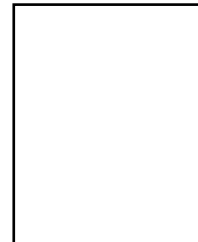
โรงเรียนสังขะวิทยาคม
อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์
ปีการศึกษา 2559

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ประเพณีวิชาพาณิชยกรรม
สาขาวิชา การบัญชี
วิทยาลัยการอาชีพสังขะ
ปีการศึกษา 2565

ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุกิตา แข็งแรง
ชื่อเรื่อง	โครงการมาลัยริบบิ้นผู้รัก (Ribbon Garland of Love)
แผนกวิชา	การบัญชี
วัน/เดือน/ปีเกิด	วันที่ 8 พฤศจิกายน 2547



ประวัติการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

โรงเรียนบ้านจรัส

อำเภอบัวเขต จังหวัดสุรินทร์

ปีการศึกษา 2559

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

วิทยาลัยการอาชีพสังขะ

อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

ปีการศึกษา 2565

ภาคผนวก จ

รูปภาพอัฟโหลดโครงการในเว็บไซต์วิทยาลัยการอาชีพสังขะ