การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

The Design of the Garlands of Pak Khlong Talat Community Group, Bangkok

ชลาศัย จินตกานนท์
Chalasai Jintakanon
สุชีรา ผ่องใส
Sucheera Phongsai
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
*Chalasai-j@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร 2) ออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงสำหรับการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญที่มีความเกี่ยวข้องกับมาลัยและงานดอกไม้ไทยในชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ท่าน และผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อมาลัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) มาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบแรก มาลัยสำเร็จประกอบด้วยมาลัยชายเดียว มาลัยสองชาย และมาลัยชำร่วย รูปแบบที่สองส่วนประกอบมาลัย ได้แก่ อุบะมาลัย มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย มาลัยแบน ตัวมาลัย ช่อเอื้อง ทัดหู และดอกไม้ประดิษฐ์ 2) การออกแบบมาลัยประกอบด้วย 3 รูปแบบ ได้แก่ มาลัยชายเดียว มาลัยสองชาย และมาลัยชำร่วย และ 3) ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว ด้านการใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ด้านสีสัน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านความสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้มีค่าเฉลี่ย 4.42 ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย ด้านการใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านสีสัน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย

Received : April 25, 2024 **Revised :** July 25, 2024 **Accepted :** August 6, 2024

มีค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านความสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงามสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ประเภทที่ 3 มาลัยชำร่วย ด้านการใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งบ้านเรือนมีค่าเฉลี่ย 4.54 ด้านสีสัน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านความสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้มีค่าเฉลี่ย 4.41

คำสำคัญ : มาลัย ชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร การออกแบบ

Abstract

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

The results found that 1) the garlands of the Pak Khlong Talat community group in Bangkok consisted of two patterns: the first pattern was ready-made garlands that consisted of Malai Chai Diao, Malai Song Chai, and Malai Chamruai; and the second pattern was garland components that consisted of Uba garlands, cresent garlands or strapping garlands, flatten garlands, main garlands, Chor Ueang (orchid bouquets), Tud–hoo (flower tucked behind the ear), and artificial flowers. 2) The garland designs consisted of three patterns, including Malai Chai Diao, Malai Song Chai, and Malai Chamruai. Finally, 3) the consumer satisfaction towards the garlands of the Pak Khlong Talat community group in Bangkok, which could be divided into three categories. Category 1, as Malai Chai Diao, regarding its functional aspect, had the highest level of satisfaction and was suitable as a souvenir gift with an average of 4.35. The color aspect had the highest level of satisfaction. The application of patterns could be tailored in accordance with current needs or popularities with an average of 4.22. The beauty aspect had the highest level of satisfaction. The products were beautiful and could be sold with an average of 4.42. Category 2, as Malai Song Chai, regarding its functional aspect, had the highest level of satisfaction and was suitable as a souvenir gift with an average of 4.34. The color aspect had the highest level of satisfaction. The designs showed the uniqueness of being Thai with an average of 4.50. The beauty aspect had the highest level of satisfaction. The products indicated exquisiteness, eye–catching beauty, and

attention–grabbingness with an average of 4.32. Category 3, as Malai Chamruai, regarding its functional aspect, had the highest level of satisfaction and was suitable for decorating rooms, buildings, and houses with an average of 4.54. The color aspect had the highest level of satisfaction. The designs were exquisite and beautiful with an average of 4.26. The beauty aspect had the highest level of satisfaction. The products were beautiful and could be sold with an average of 4.41.

Keywords : garlands, Pak Khlong Talat community, Bangkok, design

บทนำ

ความเชื่อความศรัทธาเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทยมายาวนาน การแสดงออกทางความเชื่อความศรัทธาเหล่านั้นมักมีหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างออกไปแต่ละพื้นที่ โดยอาศัยวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรมประเพณี ขนบธรรมเนียม ตลอดจนวิถีชีวิตของชาวไทยที่หล่อหลอมมาตั้งแต่อดีต หนึ่งในการแสดงออกทางความเคารพศรัทธาเหล่านั้นคือ การแสดงออกผ่านพวงมาลัยในวาระและโอกาสต่าง ๆ การร้อยมาลัยไม่ปรากฏแน่ชัดว่าเริ่มมีมาตั้งแต่สมัยใดแต่จากหลักฐานของพระราชพิธี 12 เดือนได้กล่าวถึงพระราชพิธีจองเปรียงในสมัยกรุงสุโขทัยที่มีพระร่วงเป็นพระเจ้าแผ่นดินมีสนมเอกคือ ท้าวศรีจุฬาลักษณ์ (Fine Arts Department, 1988) ซึ่งจากหลักฐานดังกล่าวจึงทำให้ทราบว่างานร้อยมาลัยเป็นงานที่สำคัญ โดยเฉพาะนิยมร้อยในราชสำนักและเป็นงานศิลปะชั้นสูง แสดงถึงการจัดประดับตกแต่งตลอดจนมีการแยกให้ใช้สำหรับงานต่าง ๆ ว่าศิลปะการร้อยมาลัยนี้คงสืบทอดต่อกันมาจนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงแผ่นดินรูปแบบที่ปรากฏตามหลักฐานต่าง ๆ (Hongrattanavorakit, 2008) จะเห็นได้ว่า ศิลปะการประดิษฐ์มาลัยดอกไม้สดแบบไทยเป็นส่วนหนึ่งของเอกลักษณ์ประจำชาติไทยที่บรรพบุรุษของเราได้ประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ และออกแบบตกแต่งให้สอดคล้องกับความเชื่อ ความศรัทธาในการแสดงออกสู่พิธีกรรมในพระพุทธศาสนา การสืบทอดขนบธรรมเนียม และประเพณี ด้วยดอกไม้ และใบไม้ที่มีคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการประดิษฐ์มาลัยดอกไม้สดแบบไทยเป็นความภาคภูมิใจของคนในชาติ และได้รับการยอมรับจากชาวต่างชาติในรูปแบบศิลปะที่เรียงร้อยด้วยความประณีต งดงาม ละเอียดอ่อน และละเมียดละไม (Charoensuk, 2008)

ผู้ประกอบการของชุมชนปากคลองตลาดมีการขายสินค้าที่เป็นดอกไม้ประดิษฐ์ในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน เช่น อุบะมาลัย มาลัยกลม มาลัยซีก มาลัยแบน และดอกข่า โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการขายให้กับลูกค้าประจำที่มีความต้องการซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายในธุรกิจร้านดอกไม้ของตนเองและนำไปต่อยอดเป็นสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ พวงมาลัยประยุกต์ พวงหรีดประยุกต์ ดอกไม้แจกันไทยประยุกต์เพื่อนำไปขายให้กับลูกค้าระดับสูง เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและกลุ่มชุมชนปากคลองตลาดประกอบกับกลุ่มจังหวัดในภาคกลางมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศจึงทำให้ธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางยังคงมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง (MOE, 2018)

อย่างไรก็ตามจากการลงพื้นที่ภาคสนามพบว่า รูปแบบงานมาลัยเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะดอกไม้สด แต่ดอกไม้สดมีอายุการใช้งานที่สั้น เนื่องจากปัจจัยในด้านสภาพอากาศจึงไม่สามารถประดิษฐ์มาลัยไว้ล่วงหน้าได้เป็นเวลานาน จึงจำเป็นต้องระดมช่างฝีมือจำนวนมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับงานที่ออกแบบ เพื่อร่วมกันประดิษฐ์ให้สำเร็จลุล่วงตามเวลาและรูปแบบที่ออกแบบไว้ ซึ่งการประดิษฐ์มาลัยมีหลายขั้นตอน โดยเริ่มจากการคัดสรรดอกไม้ให้เหมาะสมต่อการใช้งาน การนำมาเด็ดก้านและกลีบ การร้อยเรียงทีละดอก ทีละกลีบ ทีละใบ ตามวัตถุประสงค์การสร้างสรรค์ของช่างฝีมือ (Bunnag, 2017) การนำสินค้าที่มีอยู่ในปากคลองตลาดนำมาสร้างรูปแบบใหม่มีข้อจำกัดในการเก็บรักษาและมีอายุการใช้งานที่สั้นกว่าการใช้วัสดุอื่น และออกแบบเป็นรูปแบบต่าง ๆ ให้ดูทันสมัย หรือการออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการดึงดูดแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อทำให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น การเชื่อมโยงความศรัทธาที่ผสมผสานกับการแสดงออกผ่านการออกแบบมาลัยที่มีเอกลักษณ์ โดยการนำลวดลายดอกไม้ที่ปรากฏภายในพระวิหารวัดโสมนัสวรวิหารที่มีความโดดเด่นในด้านลวดลายและการใช้สี

ดังนั้น การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานครจึงมุ่งหาคำตอบเกี่ยวกับรูปแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด เพื่อการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยโดยเน้นผู้บริโภคระดับกลาง ผลกระทบจากงานวิจัยนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนกับผู้ค้าของชุมชนปากคลองตลาด สนับสนุนให้ผู้ประกอบการชุมชนปากคลองตลาดและท้องถิ่น สามารถพึ่งพาตนเองและเชื่อมโยงกับตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อศึกษากระบวนการและขั้นตอน รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบและแสดงความคิดเห็นที่จะเกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการในการผลิตมาลัย เป็นเอกลักษณ์ของชาติ มีความหลากหลายและสวยงาม มีคุณค่าและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนปากคลองตลาด เป็นการสร้างกลยุทธ์ให้กับผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษามาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบมาลัยดอกไม้ไทยสู่การยกระดับสินค้าเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

2. ศึกษาเกี่ยวกับมาลัย ชายเดียว มาลัยสองชาย มาลัยชำร่วย เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาและออกแบบงานให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสี

Tangnamo (2009) ได้กล่าวถึงทฤษฎีสีไว้ว่า ลักษณะของวัตถุที่กระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสี มีผลถึงจิตวิทยา คือ มีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้ การที่ได้เห็นสีจากสายตา ซึ่งสายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่น ร้อน ตื่นเต้น เศร้า สีมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดู มนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลาเพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวนั้นล้วนแต่มีสีสันแตกต่างกันมากมาย สีเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อประโยชน์กับตนเองและผู้สร้างงานจิตรกรรม เพราะเรื่องของสีนั้นมีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์ จึงควรทำความเข้าใจวิทยาศาสตร์ของสีจะบรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้น ถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้ว งานศิลปะก็จะประสบความสมบูรณ์เป็นอย่างยิ่ง

ภาพจิตรกรรมฝาผนังของไทยในระยะแรกสมัยอยุธยาใช้สีในวรรณะเอกรงค์ สีที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ หมวดสีแดง ได้แก่ สีแดงชาด สีดินแดง และใช้สีง่าย ๆ เพียงไม่กี่สีคือ หมวดสีแดง หมวดสีดำ หมวดสีขาว ต่อมาเมื่อมีการติดต่อกับต่างประเทศ ทำให้มีสีต่าง ๆ เพิ่มเข้ามาในสมัยอยุธยาตอนกลางและตอนปลาย ปรากฏสีเพิ่มหลายสีคือ หมวดสีน้ำเงิน หมวดสีเขียว ในจิตรกรรมสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จิตรกรรมฝาผนังได้รับแบบแผนมาจากสมัยอยุธยา ส่งต่อเทคนิควิธีการให้แก่สมัยรัตนโกสินทร์แทบทุกอย่าง เนื่องจากช่างหลวงตกค้างมาจากกรุงเก่าได้มีโอกาสสร้างงานจิตรกรรมสืบต่อมาอย่างไม่ขาดสายและเริ่มผันแปรเป็นของตนเองในสมัยรัชกาลที่ 3 และรัชกาลที่ 4 (Na Paknam, 1995) การใช้สีในงานจิตรกรรมฝาผนัง มีการพัฒนาเรื่องของสีที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิมมีเพียงไม่กี่สี วิวัฒนาการการใช้สีที่มีคุณค่าและความหมายทำให้เกิดคุณค่าทางสุนทรียภาพสีและโครงสีเป็นลักษณะเด่นของยุคสมัยนั้น ๆ ที่ส่งต่อกันมาของช่างเขียนและมีการพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยโดยได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต ภาพจิตรกรรมฝาผนังซึ่งเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผ่านการเล่าเรื่อง ทำให้ภาพแสดงออกถึงความศรัทธาที่มีต่อพระพุทธศาสนา

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ

Royal Academy (2003) ให้ความหมายของคำว่า “แบบ” หมายถึง สิ่งที่กำหนดให้ถือเป็นหลักหรือแนวดำเนิน ส่วนคำว่า การออกแบบ ที่ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ Design โดย Oxford Advanced Learners Dictionary ค.ศ. 2005 ให้ความหมายของคำว่า design ไว้ว่า (1) a plan or drawing produced to show the look and function or workings of something before it is built or made; (2) the art or action of producing such a plan or drawing; (3) underlying purpose or planning: the appearance of design in the universe; (4) a decorative pattern

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ยังมีการให้นิยามเพิ่มเติมขึ้นอีกว่าเป็นการรวบรวม หรือการจัดองค์ประกอบเข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ของงานทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ โดยผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ นั่นคือประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามที่ถูกนำมาจัดองค์ประกอบ โดยกระบวนการนี้จะเป็นการสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพ และสร้างค่านิยมทางความงามให้เกิดแก่มนุษย์ (Vcharkarn, 2020) กล่าวโดยสรุป การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทางกายภาพ เพื่อการใช้สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตค่านิยมทางความงามให้ดียิ่งขึ้นตามความเหมาะสม อาจเป็นการปรับปรุงหรือสร้างใหม่ภายใต้การสร้างสรรค์

สำหรับการออกแบบ วัดโสมนัสราชวรวิหาร ตั้งอยู่แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เมื่อ พ.ศ. 2396 เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าโสมนัสวัฒนาวดี และได้พระราชทานนามว่า “วัดโสมนัสวิหาร” สำหรับพระอุโบสถเป็นสิ่งก่อสร้างสมัยแรกของวัด เนื่องจากเป็นสิ่งก่อสร้างสำคัญและตั้งอยู่ในแผนผังหลัก กล่าวคืออาคารสิ่งก่อสร้างสำคัญตั้งอยู่ในแนวแกนทิศเดียวกัน ประกอบด้วยเจดีย์ทรงระฆังเป็นประธานของวัด ล้อมรอบด้วยระเบียงคด ด้านหน้ามีพระวิหารที่มีส่วนท้ายยื่นล้ำเข้ามาในระเบียงคด และด้านหลังมีพระอุโบสถ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากแผนผังวัดในสมัยอยุธยาตอนต้น (Fine Arts Department, 1982)

แนวคิดเกี่ยวกับแรงบันดาลใจ

Boonyang et al. (2016) กล่าวว่า แรงบันดาลใจ (Inspiration) หมายถึง พลังอำนาจในตนเองชนิดหนึ่งที่ใช้ในการขับเคลื่อนการคิดและการกระทำใด ๆ ที่พึงประสงค์ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามต้องการโดยไม่ต้องอาศัยแรงจูงใจ (Motivation) เช่นเดียวกับ Yolao et al. (2013) กล่าวว่า แรงบันดาลใจ หมายถึง พลังอำนาจในตนเองชนิดหนึ่งที่ใช้ในการขับเคลื่อนความคิดและการกระทำใด ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ไม่ว่าสิ่งที่ตนกระทำนั้นจะยากสักเพียงใดตนก็พร้อมที่จะฝ่าฟันอุปสรรคทั้งหลายสู่ความสำเร็จที่ต้องการให้จงได้แม้จะต้องเสียสละบางสิ่งของตนเองไปบ้าง ก็พร้อมที่จะเสียสละได้เสมอถ้าจะช่วยนำมาซึ่งผลสำเร็จที่ต้องการนั้น สอดคล้องกับ Samutachak (2009) ได้อธิบายที่มาของคำว่า “แรงบันดาลใจ” (Inspiration) ว่ามาจากภาษาละตินว่า สปิราเร่ (Spirarae) หมายถึง ลมหายใจ ซึ่งเป็นรากศัพท์ของคำว่า Spirit ที่แปลว่า จิตวิญญาณ คำว่า Inspire จึงแปลว่า การผ่านลมหายใจ หรือการผ่านจิตใจของคนหนึ่งเข้าไปในอีกคนหนึ่ง ลมหายใจหรือจิตใจที่ผ่านเข้าไปนี้ จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับนั้นดำเนินชีวิตได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงสำหรับการสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านมาลัย จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านงานดอกไม้จำนวนประมาณ 3 ท่าน รวมทั้งหมด 5 ท่าน

2. กลุ่มผู้บริโภค คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านดอกไม้และมาลัยในชุมชนปากคลองตลาดจำนวน 30 คน

เครื่องมือ

1. แบบร่างองค์ประกอบมาลัย ได้แก่ 1) มาลัยชายเดียว 2) มาลัยสองชาย 3) มาลัยชำร่วย

2. แบบร่างมาลัยโดยใช้สินค้าจากปากคลองตลาด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและรูปแบบของมาลัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานเป็นมาลัยและออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้า โดยมีแรงบันดาลใจจากสินค้าเดิมที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดมาออกแบบเป็นสินค้าในรูปแบบใหม่ จำนวน 9 แบบ ประกอบด้วยรายละเอียดของการใช้สีของมาลัยองค์ประกอบมาลัย และเครื่องประดับมาลัย

3. แบบสอบถาม ได้แก่

3.1 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการจำนวน 1 ชุดได้แก่แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญของมาลัย เพื่อคัดเลือกแบบที่ดีที่สุด 3 แบบ

3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อมาลัย โดยแบ่งคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสวยงาม การใช้สีของผลิตภัณฑ์มาลัยไทย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อมาลัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางทางคอมพิวเตอร์ ในการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตามสูตรของ Lawshe (1975)

2. สถิติพื้นฐาน แบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นตามมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบวิธีของ Likert (1967) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{x}$) เป็นสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด กำหนดเกณฑ์แปลความหมายข้อมูลเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง ๆ

สรุปผลการวิจัย

1. มาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและรูปแบบของมาลัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานเป็นมาลัยและออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้า โดยมีแรงบันดาลใจจากสินค้าเดิมที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดมาออกแบบเป็นสินค้าในรูปแบบใหม่ สามารถแบ่งประเภทรูปแบบของมาลัยที่มีการวางจำหน่ายได้ดังต่อไปนี้

1) อุบะมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นชุด 1 ชุดมี อุบะมาลัย 12 เส้น โดยสามารถแบ่งออกมาทำเป็นอุบะรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ อุบะพู่ อุบะแขก อุบะไทยธรรมดา และอุบะไทยทรงเครื่อง



ภาพที่ 1 อุบะมาลัย

2) มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาด โดยจะขายเป็นชิ้นเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบรัดข้อมาลัยและสามารถทำเป็นเครื่องตกแต่งตัวมาลัยได้เช่นกัน



ภาพที่ 2 มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย

3) มาลัยแบน เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยจะขายเป็นแพ็ก 1 แพ็กมี 4 เส้น สามารถแบ่งมาเป็นส่วนประกอบตกแต่งตัวพวงได้มากกว่า 1 พวง



ภาพที่ 3 มาลัยแบน

4) ตัวมาลัย เป็นสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดโดยมีการขายเป็นเส้นความยาว 1 เมตร ความยาว 22 นิ้ว และแบบจำหน่ายห่อละ 6 เส้น แต่ละแบบมีราคาต่างกันและมีลวดลายที่ต่างกัน



ภาพที่ 4 ตัวมาลัย

5) เครื่องประดับมาลัย เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดเป็นส่วนที่ใช้ตกแต่งมาลัยเพื่อความสวยงาม ได้แก่ ประจำยาม อุบะ ช่อเอื้อง และมาลัยแบน



ภาพที่ 5 เครื่องประดับมาลัย

จากการศึกษาพบว่า สินค้าเดิมที่มีจำหน่ายอยู่ในปากคลองตลาดมาออกแบบเป็นสินค้าในรูปแบบใหม่ โดยประเภทรูปแบบของมาลัยที่มีการวางจำหน่ายประกอบด้วย 1) อุบะมาลัย 2) มาลัยซีกหรือรัดข้อมาลัย 3) มาลัยแบน 4) ตัวมาลัย และ 5) เครื่องประดับมาลัย

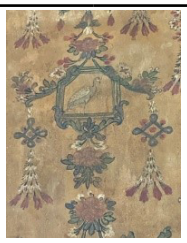
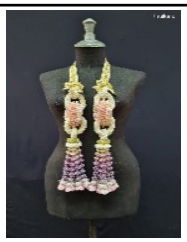
2. การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

การเลือกแบบร่างแบบมาลัยเพื่อออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านดอกไม้และมาลัย จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบกิจการร้านดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาด จำนวน 2 ท่าน ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยนำแบบร่างลวดลายที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้จากทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย และประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วยเพื่อนำไปออกแบบและจัดทำในขั้นต่อไป สรุปผลการเลือกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานครจากผู้เชี่ยวชาญ

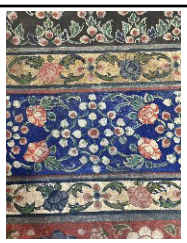
ตารางที่ 1 การออกแบบมาลัย 3 ประเภท ได้แก่ มาลัยชายเดียว มาลัยสองชาย และมาลัยชำร่วย

ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว		
รูปแบบเดิมจากปากคลอง	**แนวคิดการออกแบบ**	**มาลัยที่ออกแบบ**
แบบที่ 1		
		
แบบที่ 2		
		
แบบที่ 3		
		

ตารางที่ 1 การออกแบบมาลัย 3 ประเภท ได้แก่ มาลัยชายเดียว มาลัยสองชาย และมาลัยชำร่วย (ต่อ)

ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย		
รูปแบบเดิมจากปากคลอง	**แนวคิดการออกแบบ**	**มาลัยที่ออกแบบ**
แบบที่ 4		
	 	
แบบที่ 5		
		
แบบที่ 6		
		
ประเภทที่ 3 มาลัยชำร่วย		
แบบที่ 7		
		
แบบที่ 8		
		

ตารางที่ 1 การออกแบบมาลัย 3 ประเภท ได้แก่ มาลัยชายเดียว มาลัยสองชาย และมาลัยชำร่วย (ต่อ)

ประเภทที่ 3 มาลัยชำร่วย		
รูปแบบเดิมจากปากคลอง	**แนวคิดการออกแบบ**	**มาลัยที่ออกแบบ**
แบบที่ 9		
		

ที่มา : Researcher

สรุปผลการเลือกแบบร่างมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน สามารถนำแบบร่างมาลัยที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญไปใช้ในการเลือกแบบร่างมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

- **แบบที่ 2 มาลัยชายเดียว** ตัวพวงใช้ดอกพุดเป็นหลัก ร้อยเป็นมาลัยกลม เครื่องประดับมาลัยใช้ดอกไม้ประดิษฐ์ทำด้วยดอกกล้วยไม้ บานไม่รู้โรย และดอกพุด และติดประจำยามตามด้วยรัดมาลัยซีกรัก ลัดแขนสองข้างของพวงมาลัย ห้อยด้วยอุบะคล้ายกับมาลัยชำร่วยขนาดเล็ก ส่วนรัดข้อเป็นมาลัยซีกจากดอกรัก ทิ้งอุบะด้วยอุบะพู่และดอกข่า โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบดังนี้ (1) เป็นแบบมาลัยมีความนำสมัย น่าสนใจ และเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมกับการออกแบบมาลัยประดิษฐ์ เพื่อสร้างแนวทางในการสร้างสรรค์งานศิลปะแขนงหนึ่ง ควรเลือกใช้ข้อมูลที่เหมาะสมและวัสดุที่สามารถหาได้จริง แล้วนำมาประดิษฐ์เป็นผลงานตามภาพร่างที่ตรงตามความคิดเห็นมากที่สุด (2) มีรูปแบบมีความสวยงาม เหมาะสม หากปรับลดขนาดของตัวมาลัยอาจต้องตัดทอนบางส่วนออกไปบ้าง เนื่องจากขนาดของมาลัยประดิษฐ์อาจใหญ่เกินไปเมื่อประกอบรวมกัน



ภาพที่ 6 ภาพออกแบบมาลัยชายเดียว

ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

- **แบบที่ 1 มาลัยสองชาย** ตัวพวงใช้การเย็บให้ติดรูปทรงและใช้ดอกพุดเสียบลวดขดตามรูปทรง เรียงขนเป็นลายไทยหรือลายกนก ใช้รัดข้อเป็นมาลัยซีกดอกรักและทิ้งเป็นอุบะไทยทรงเครื่อง ประดับอุบะห้อยข้าง ส่วนรัดข้อผูกติดกับโบว์ริบบิ้น โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบดังนี้ (1) ตัวของมาลัยดูแปลกตา รูปทรงมีความสวยงาม และมีรายละเอียดดี โดยปกติไม่ค่อยได้เห็นมาลัยรูปแบบนี้มากเท่าไร รายละเอียดบางส่วนอาจจะลดลงเพื่อง่ายต่อการผลิตชิ้นงานและอาจเพิ่มเติมวัสดุใหม่ ๆ เข้าไปในชิ้นงานให้ดูมีความแตกต่าง (2) มีความแปลกใหม่ควรเพิ่มงานข้างในแบบ เช่น งานร้อยตาข่ายหรือเครื่องแขวนแบบแบนขนาดเล็ก ๆ (3) มีความน่าสนใจในรูปแบบและมีความนำสมัยเป็นการเลือกที่ดีในการนำมาเป็นมาลัยสองชาย สัดส่วนของพวงมาลัยเมื่อคล้องคอแล้วควรมีความสมดุลไม่ยาวหรือสั้นเกินไป



ภาพที่ 7 มาลัยสองชาย

ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

- **แบบที่ 2 มาลัยชำร่วย** ตัวพวงใช้ใบตองตัดเป็นประจำยามวงรีและนำกลีบดอกไม้มาเรียงเป็นชั้นและทำไม้คาดที่มีลักษณะคล้ายปิ่นปักผมมาคาดกลาง ห้อยด้วยอุบะเล็ก ๆ สองข้าง ส่วนรัดข้อใช้ดอกรักร้อยเป็นมาลัยซีกและเป็นอุบะ ดอกพุดร้อยเป็นเส้นและติดกับโบว์ริบบิ้น โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแบบดังนี้ (1) ออกแบบได้สวยงามสมส่วนดูสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว (2) ชอบรายละเอียดของตัวงานและมีรูปทรงดูมีความสวยงาม ชอบที่มีวัสดุอื่น ๆ มาใส่ในตัวงานทำให้ชิ้นงานดูน่าสนใจ รายละเอียดเล็ก ๆ อาจจะต้องลดลงเพื่อการผลิตในกรณีที่ผลิตจำนวนมากขึ้น หรืออาจปรับปรุงรูปแบบของโบว์ให้ดูแปลกตามากขึ้น (3) มีความสวยงามน่านำไปปรับประยุกต์ใช้ในงานโอกาสต่าง ๆ ได้ดี (4) สวยงามแปลกใหม่อาจจะเปลี่ยนจากประจำยามวงรีเป็นมาลัยกลมขนาดเล็ก (5) มีความสวยงาม เป็นงานที่ให้ความสบายตา มีความอ่อนไหว ดูจากแบบมีความสัมพันธ์ที่สามารถทำได้จริง



ภาพที่ 8 มาลัยชำร่วย

3. การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

3.1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 1 มาลัยชายเดียว เลือกใช้ลวดลายที่ 2	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	3.97	0.80	มาก
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	4.21	0.87	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้อง อาคาร บ้านเรือน	4.11	0.81	มาก
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	4.35	0.82	มากที่สุด
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน	4.06	0.69	มาก
ด้านสีสัน			
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	3.82	0.81	มาก
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน	4.22	0.68	มากที่สุด
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์	3.93	0.72	มาก
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	4.02	0.82	มาก
5. มีการออกแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.16	0.88	มาก
ด้านความสวยงาม			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถจำหน่ายได้	4.42	0.81	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	4.11	0.84	มาก
3. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ	4.36	0.85	มากที่สุด
4. ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	3.92	0.89	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีความงาม หรูหรา สามารถนำไปตกแต่งบ้าน	4.24	0.77	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 **ด้านการใช้สอย** เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาได้แก่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.21 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.11 สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และเป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

ด้านสีสัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาได้แก่ มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และมีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 และผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

3.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	4.21	0.88	มากที่สุด
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	4.11	0.86	มาก
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้อง อาคาร บ้านเรือน	4.05	0.83	มาก
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	4.34	0.84	มากที่สุด
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน	4.22	0.78	มากที่สุด
ด้านสีสัน			
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	3.97	0.75	มาก
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน	4.01	0.86	มาก
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์	3.94	0.81	มาก
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	4.25	0.84	มากที่สุด
5. มีการออกแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.50	0.83	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 2 มาลัยสองชาย เลือกใช้ลวดลายที่ 1	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความสวยงาม			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถจำหน่ายได้	3.99	0.89	มาก
2. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	4.14	0.87	มาก
3. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ	4.32	0.77	มากที่สุด
4. ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	4.20	0.76	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีความงาม หรูหรา สามารถนำไปตกแต่งบ้าน	4.02	0.82	มาก

จากตารางที่ 3 **ด้านการใช้สอย** เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาได้แก่ สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.22 เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 4.21 เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.11 และเป็นผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

ด้านสีสัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาได้แก่ มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.01 มีการออกแบบที่ประณีตสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3. 94 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจมีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ผลิตภัณฑ์มีความงาม หรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.02 และผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

3.3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
1. เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	4.21	0.82	มากที่สุด
2. เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย	4.32	0.81	มากที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์มาลัย ประเภทที่ 3 พวงมาลัยชำร่วย เลือกใช้ลวดลายที่ 2	—	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้สอย			
3. ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้อง อาคาร บ้านเรือน	4.54	0.79	มากที่สุด
4. มีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก	3.99	0.68	มากที่สุด
5. สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน	4.01	0.84	มาก
ด้านสีสัน			
1. มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม	4.26	0.75	มากที่สุด
2. มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน	4.25	0.88	มากที่สุด
3. มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์	3.87	0.76	มาก
4. มีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น	3.69	0.86	มาก
5. มีการออกแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.02	0.85	มาก
ด้านความสวยงาม			
1. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถจำหน่ายได้	4.41	0.77	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์	4.05	0.78	มาก
3. ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ	4.11	0.89	มาก
4. ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติ	4.36	0.79	มากที่สุด
5. ผลิตภัณฑ์มีความงาม หรูหรา สามารถนำไปตกแต่งบ้าน	3.94	0.69	มาก

จากตารางที่ 4 **ด้านการใช้สอย** เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งห้องอาคาร บ้านเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาได้แก่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.32 เป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ย 4.21 สามารถนำไปใช้ประกอบสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.01 และมีความเหมาะสมในการเป็นของขวัญที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ด้านสีสัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการออกแบบที่ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาได้แก่ มีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีการประยุกต์รูปแบบริเริ่มสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.87 และมีการออกแบบรูปลักษณ์ที่สะดุดตาต่อผู้พบเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ด้านความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามสามารถจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความอ่อนช้อย พลิ้วไหว ดูเป็นธรรมชาติมีค่าเฉลี่ย 4.36 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงการใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และผลิตภัณฑ์มีความงามหรูหราสามารถนำไปตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

2. ควรมีการนำปรากฏการณ์ของการทำธุรกิจบนแนวคิดแบบอนุรักษ์ โดยมีการนำนวัตกรรมและการจัดการตลาดเชิงสร้างสรรค์เข้ามาบริหารจัดการกับตลาดชุมชน โดยมีการประยุกต์รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมในปัจจุบัน แต่ผลิตภัณฑ์ยังคงบ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ

3. แนวทางในการออกแบบมาลัยควรเริ่มจากการออกแบบมาลัยไทย ในด้านการใช้ลวดลายของมาลัย และด้านเครื่องประดับมาลัย ทำให้สามารถออกแบบมาลัยได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยการนำแนวคิดที่ได้ไปประยุกต์สู่การออกแบบควรสร้างบริบทใหม่ให้กับพื้นที่ แสดงความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ของมาลัยด้วยเทคนิคการสร้างรูปทรง ภูมิปัญญาการใช้วัสดุ การจัดวางสีของวัสดุที่เหมาะสมกลมกลืน

กิตติกรรมประกาศ

บทความเรื่อง การออกแบบมาลัยของกลุ่มชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูง และความเอาใจใส่เป็นพิเศษจาก ดร.สุชีรา ผ่องใส อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์ ประธานกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อาริโย รองประธานกรรมการสอบ ที่อุทิศเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขเพิ่มเติมตลอดระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ขอขอบคุณบุคคลที่เขียนหนังสือ ตำราทุกเล่ม บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยทั้งภายในและต่างประเทศ แหล่งข้อมูลวิชาการและเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้องและเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือเสมอมา รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ คำแนะนำตลอดจนเป็นกำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

References

Boonyang, P., Srisanyong, S. & Singlop, S. (2016). A Development of Learning Active Package on Ecosystem Using Cooperative Learning with STAD Technique for Grade 9 Students. *Journal of Education Naresuan University*, 18(4), 223–237.

Bunnag, T. (2017). **Work Methods of Fresh Flower Artisans: A Case Study of the Palace Craftsman School (Female).** Silpakorn University.

Charoensuk, P. (2008). **Thai Garland Art Applied to Interior Design, Community and Local Product Center.** Silpakorn University.

Fine Arts Department. (1982). **Painting in the Rattanakosin Period.** Bangkok.

Fine Arts Department. (1988). **Letters on Conservation Events.** Bangkok.

Hongrattanavorakit, S. (2008). **Table Setting and Service.** Odeon Store.

Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.

Likert, R. (1967). **The Method of Constructing and Attitude Scale, in Attitude Theory and Measurement.** Wiley & Son.

Ministry of Education (MOE). (2018). **Central Region Information Report.** Bangkok.

Na Paknam, N. (1995). **Siam Arts, Painting and Stupa Pagoda.** Preecha Books.

Royal Academy. (2003). **Royal Institute Dictionary 1999.** Nanmee Books Publishing.

Samutachak, B. (2009). Inspiration, the Power of the Fire Breath in Work. *Productivity World*, March–April.

Tangnamo, S. (2009). **Color: A Complete Guide for Artists.** Odeon Store.

Vcharkarn. (2020). **Design.** http://www.vcharkarn.com/vcafe/120491

Yolao, D., Langka, W., Pimthong, S. & Phengposop, N. (2013). **The Evaluation of Watching Movies for Enhancing Inspiration of Undergraduate Students at Srinakharinwirot University.** Srinakharinwirot University.