

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



242625



รายงานการวิจัย
การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน
DEVELOPMENT OF BAMBOO HANDICRAFT IN ISAAN

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา

ดร. ประทับใจ สิกขา

ดร. ฉันทชัย เจริญกุล

นภดล พัฒนะศิษอุบล

เสกสันต์ ศรีสันต์

ศุภลักษณ์ มาคุณตน

สมโชค หอมจันทร์

คณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มิถุนายน พ.ศ. 2554



รายงานการวิจัย
การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน
DEVELOPMENT OF BAMBOO HANDICRAFT IN ISAAN



ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา

ดร. ประทับใจ สิกขา

ดร. ธันยมัย เจียรกุล

นภดล พัฒนะศิษอุบล

เสกสันต์ ศรีสันต์

ศุภลักษณ์ มาคุณตน

สมโชค หอมจันทร์

คณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มิถุนายน พ.ศ. 2554

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2552

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ที่จัดสรรงบประมาณประจำปี 2552 ให้โครงการวิจัย ได้มีการดำเนินงานจนกระทั่งบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ขอบคุณ ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ทุกแห่ง ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูล และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านสถานที่ในการทดลองพัฒนาเตาอบรมควันเบื้องต้น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชาย ลิกขา และคณะ

บทคัดย่อ

242625

ชื่อเรื่อง : การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน
ผู้วิจัย : ศักดิ์ชาย ลีक्षा และคณะ
ศัพท์สำคัญ : การพัฒนา / งานหัตถกรรม / ไม้ไผ่ / ภาคอีสาน

การวิจัยเพื่อพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 4 ประการ คือ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ 2) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน 3) ออกแบบและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรม และ 4) กำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป็นผู้บริโภคและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ในภาคอีสาน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นผู้บริโภคจากเขตพื้นที่อำเภอเมือง ในภาคอีสาน จำนวน 7 จังหวัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นบุคคลในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในเขตพื้นที่ภาคอีสาน จำนวน 12 จังหวัด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองการใช้เตาอบรมควันเป็นกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 2 กลุ่มอาชีพ ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ส่วนวิธีการวิจัยได้จำแนกการวิจัยออกเป็น 3 โครงการวิจัยย่อย แต่ละโครงการวิจัยมีการดำเนินการพร้อมกันทั้ง 3 โครงการ หลังการดำเนินการนำผลการวิจัยมาทดลองใช้กับกลุ่มอาชีพอีก 1 กลุ่มอาชีพ เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มากกว่า 1 ครั้งต่อปี สมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้ใช้สินค้าส่วนใหญ่คือ คุณแม่ นอกจากนั้น ผู้ที่แนะนำให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มักจะเป็นคนในครอบครัว ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's คือ Product Price Place และ Promotion ตามลำดับ สำหรับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย รองลงมาคือ เป็นค่านิยมของสังคมไทย และผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างการยอมรับในกลุ่ม เมื่อพิจารณาโดยรวมของปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่นั้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มากที่สุดคือ ความมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมาคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.34$) และความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์และค่านิยมในการใช้

สินค้าไทย ($\bar{X} = 3.32$) สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ผู้วิจัยได้พิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 3 ส่วน ซึ่งพบว่า ส่วนของภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ผลิตส่วนใหญ่นิยมพัฒนางานจากภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการอบรมควัน (ร้อยละ 60.61) 2) ส่วนปัจจัยในด้านต่างๆ ที่เกิดจากการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในปี พ.ศ. 2544-2551 พบว่า สภาวะเศรษฐกิจมีผลกระทบต่องานหัตถกรรมไม้ไผ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 57.58) นโยบายภาครัฐมีผลกระทบต่องานหัตถกรรมไม้ไผ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 57.58) การให้ความช่วยเหลือของส่วนราชการส่วนใหญ่ให้ความช่วยเหลือด้านการอบรมให้ความรู้ (ร้อยละ 51.52) สิ่งที่ส่วนราชการให้ความช่วยเหลือนั้นตรงกับความต้องการ (ร้อยละ 48.48) และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้มาก (ร้อยละ 45.45) ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการให้ส่วนราชการช่วยเหลือในด้านการสนับสนุนงบประมาณ (ร้อยละ 66.67) สภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อการพัฒนางานไม้ไผ่ (ร้อยละ 66.67) หากมีการพัฒนาวัสดุทดแทนผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสม (ร้อยละ 87.88) ผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ซื้อมีความนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่เนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติ (ร้อยละ 100.00) และในส่วนของการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน พบว่า ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่มีทั้งจุดเด่น จุดด้อย จุดเด่นเห็นว่า เป็นวัสดุธรรมชาติ (ร้อยละ 60.61) จุดด้อยที่เห็นว่า มีปัญหาผอม รา (ร้อยละ 81.82) และข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่า ควรศึกษาหาวิธีการแก้ไขปัญหาผอม รา (ร้อยละ 51.52)

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อกำหนดเบื้องต้น ในการทดลองออกแบบและสร้างเตาอบรมควันต้นแบบ จำนวน 4 เตาอบ โดยเตาอบหมายเลข 4 เป็นเตาอบรมควันที่ได้รับการทดสอบแล้วว่า มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในกระบวนการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ทั้งงานจักสานและงานเฟอร์นิเจอร์ ในการทดสอบการป้องกันมอดและแมลงกัดแทะ พบว่า ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน ไม่พบการกัดแทะของมอดและแมลง สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดและได้มีการใช้งานในสถานประกอบการจำนวน 2 แห่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดลองนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 แห่ง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ไม้ไผ่ของนายสมยศ คำเวบุญ บ้านดงยาง ตำบลปากเรือ อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่และของตกแต่งบ้าน และได้มีการติดตามผลการผลิตและจำหน่าย เพื่อนำผลการศึกษามากำหนดเป็นแนวทางพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

ABSTRACT**242625**

TITLE : DEVELOPMENT OF BAMBOO HANDICRAFT IN ISAAN
RESEARCHER : SAKCHAI SIKKA AND OTHERS
KEYWORDS : DEVELOPMENT / HANDICRAFT / BAMBOO / ISAAN

For this research on bamboo handicraft in the Isaan region, the researcher set 4 research objectives as follows: 1) Study factors influencing the development of bamboo handicraft. 2) Study the behavior of the consumers and factors relating to the decisions of purchasing bamboo handicraft products in Isaan. 3) Design and develop bamboo ovens that are appropriate for handicraft. 4) Determine the direction for the design and development of bamboo handicraft in Isaan. The style of this research is research and development. The population chosen was the consumers and manufacturers of bamboo handicraft in Isaan. The sample in this study of the consumers' behavior and factors affecting the decisions of purchasing bamboo handicraft was consumers from the areas of Muang districts of 7 provinces in the Isaan region. The sample in the examination of factors influencing the development of bamboo handicraft was the people in relevant agencies and manufacturers of bamboo handicraft in 12 provinces of the Isaan region. The sample in the experiment in using the smoke ovens was the manufacturers of 2 career groups obtained through purposive sampling. Regarding methodology, the research was divided into 3 research subprojects. All the projects were carried out simultaneously. After the operation, the research results were experimented with another career group in order to determine guidelines in the design and development of bamboo handicraft in Isaan according to the research objective.

For the research results, on the purchasing behavior of the consumers of bamboo handicraft products, each purchased more than once a year. The household members who made up the majority of the consumers were the mothers. Moreover, the ones who recommended the purchasers to purchase bamboo handicraft were usually members of the households. As for marketing factors affecting the decisions of purchasing bamboo handicraft, it was found that importance was given to the factor of marketing mix, or 4 P's: product, price, place, and promotion, respectively. As

regards the environmental factor with greatest influence on purchasing decisions, it was discovered that the factor with greatest impact was the uniqueness of Thai culture in the products; the factors with minor impact were the value of Thai society and the fact that the products helped induce acceptance among the group. The overall consideration of the factors – the marketing factors and the environmental factors affecting the decisions of purchasing bamboo handicraft products – yielded that the factor with greatest influence on the decisions of purchasing bamboo handicraft products was the uniqueness of being Thai ($\bar{X} = 3.52$). The ones with minor influence were product quality ($\bar{X} = 3.34$) and reasonability of product prices and the value of using Thai products ($\bar{X} = 3.32$). For the examination of factors influencing the development of bamboo handicraft in Isaan, based on 3 relevant factors, the analysis yielded that, in respect of local wisdom, most manufacturers developed their work from traditional wisdom, such as the local wisdom of smoke baking (60.61%). 2) As for factors of different aspects resulting from the promotion of OTOP products in 2001-2008, the economic condition had impact on bamboo handicraft at the highest level (57.58%). The governmental policies did so at the highest level (57.58%). The support from the governmental sector was mostly in the form of education (51.52%); the support corresponded to the needs (48.48%), and the knowledge acquired wherefrom could be applied to a high degree (45.45%). The majority of the manufacturers wanted the governmental sector to provide financial support (66.67%). The work environment affected the development of bamboo work (66.67%). Substitute material development was regarded by the majority of the manufacturers as inappropriate (87.88%). Most manufacturers thought that consumers valued the use of bamboo handicraft for its natural material (100.00%). As for the analysis of the style of development of bamboo handicraft in Isaan, bamboo products had both strength and weakness. Most manufacturers regarded that the strength of bamboo work was its natural material (60.61%) and the weakness was the weevil and mold problem (81.82%). For recommendation of a guideline for the development of bamboo handicraft in Isaan, the majority of the manufacturers viewed that study should be done to find methods to solve the problem of weevil and mold (51.52%).

All the data acquired from the study were used in the determination of pre-requisites in the experiment of designing and creating 4 model smoke ovens. The fourth is the one that has been tested and proved to be suitable for using in the manufacturing process of bamboo handicraft, both wickerwork and furniture. In the experiment in the efficiency in preventing damage by weevils and other insects, it was found that during 6 months, no traces of biting were found, which corresponds to the determined criterion, and the oven has been used in 2 enterprises. The research results were experimented with the product development of one career group, Mr. Somyod Kamwaeboon's enterprise group of the Paingam conservative community in Baan Dong Yang, Bak Ruea sub-district, Maha Chana Chai district, Yasothorn. The group comprised manufacturers of bamboo handicraft and home decorating items. Follow-up was also done on manufacture and distribution in order to use the study results in setting guidelines for the development of bamboo handicraft in Isaan.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๘
สารบัญภาพ	๘
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.4 แผนงานการวิจัย	6
1.5 วิธีการศึกษาวิจัย	7
1.6 ขอบเขตของการวิจัย	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.8 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	10
2 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	12
2.1 วิธีดำเนินการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	12
2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	15
2.3 สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	53
3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่	56
3.1 วิธีดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน	57
3.2 การสำรวจข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน	59

สารบัญ

	หน้า
3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ ในภาคอีสาน	61
3.4 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรม ไม้ไผ่ในภาคอีสาน	73
4 การออกแบบและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่	75
4.1 วิธีดำเนินการศึกษาแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเตาอบ ไม้ไผ่	75
4.2 ผลการสำรวจข้อมูลกรรมวิธีในการอบไม้ไผ่	76
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสำรวจกรรมวิธีการอบรมควันไม้ไผ่	93
4.4 การศึกษาข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเตาอบ	99
4.5 การสรุปผลการศึกษากกรรมวิธีการรมควันไม้ไผ่จากกลุ่มตัวอย่าง	104
4.6 การกำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเตาอบรมควัน	107
4.7 การทดลองและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ เตาอบ หมายเลข 1	109
4.8 การทดลองและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ เตาอบ หมายเลข 2	111
4.9 การทดลองและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ เตาอบ หมายเลข 3	113
4.10 การทดลองและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ เตาอบ หมายเลข 4	115
4.11 สรุปผลการทดลองและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่	117
5 แนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน	126
5.1 ผลการศึกษาในการวิจัย	126
5.2 การบูรณาการผลการวิจัยมาเพื่อใช้ในการพัฒนางานหัตถกรรม ไม้ไผ่ในภาคอีสาน	130
5.3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในงานหัตถกรรมไม้ไผ่	133
5.4 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน	139
6 การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	141
6.1 การสรุปผล	141
6.2 การอภิปรายผล	147
6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	159

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เอกสารอ้างอิง	164
ภาคผนวก	166
ก แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์/แบบจัดเก็บข้อมูลผลการทดลอง	167
ข ภาพกิจกรรมการดำเนินโครงการ	179
ค ประวัติผู้วิจัย	184

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แผนงานการวิจัย และการดำเนินงาน	6
2.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
2.2	กิจกรรมยามว่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างความประสงค์จะซื้อ/ไม่ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่แยกตามเพศ	18
2.4	ลำดับความชอบสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	20
2.5	วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	20
2.6	เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	21
2.7	เหตุผลในการเลือกซื้อจำแนกตามเพศ	22
2.8	เหตุผลในการเลือกซื้อจำแนกตามอายุ	22
2.9	เหตุผลในการเลือกซื้อจำแนกตามอาชีพ	24
2.10	เหตุผลในการเลือกซื้อแยกตามรายได้	25
2.11	เหตุผลในการเลือกซื้อแยกตามระดับการศึกษา	26
2.12	ราคาสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	27
2.13	สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	28
2.14	ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า	29
2.15	สถานที่ในการจัดแสดงสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	29
2.16	การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	29
2.17	การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่แยกตามเพศ	30
2.18	การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่แยกตามอายุ	31
2.19	การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่แยกตามอาชีพ	33
2.20	การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
2.21	การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่แยกตามระดับการศึกษา	37
2.22	พฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	38
2.23	ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่	40
2.24	ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	41
2.25	ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
2.26	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามเพศ	42
2.27	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแยกตามอายุ	43
2.28	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตาม อายุเป็นรายคู่ (LSD)	44
2.29	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามอาชีพ	45
2.30	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “ค่านิยม ในการใช้สินค้าไทย” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ (LSD)	46
2.31	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามรายได้	47
2.32	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “คุณภาพของผลิตภัณฑ์” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ (LSD)	47
2.33	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “โปรโมชั่นและการส่งเสริมการขาย” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนก ตามรายได้เป็นรายคู่ (LSD)	48
2.34	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “ความมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนก ตามรายได้เป็นรายคู่ (LSD)	49
2.35	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “ค่านิยมในการใช้สินค้าไทย” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนก ตามรายได้เป็นรายคู่ (LSD)	49
2.36	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “การส่งเสริมการใช้สินค้าไทยของรัฐบาล” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนก ตามรายได้เป็นรายคู่ (LSD)	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
2.37	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน “ได้รับการยอมรับในสังคม” ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่ (LSD)	51
2.38	เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา	52
2.39	ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	52
3.1	กลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2544-2551 ที่มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP	59
3.2	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	61
3.3	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
3.4	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	63
3.5	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่	67
3.6	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่	69
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูลการรวมคว้นในงานหัตถกรรมที่ใช้เส้นตอกไม้ไผ่	94
4.2	การวิเคราะห์การรวมคว้นในงานหัตถกรรมที่ใช้ลำไผ่	97
4.3	แบบร่างแนวคิดและข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาทดลอง เตาอบ หมายเลข 1	109
4.4	ผลการทดลองเตาอบรวมคว้น หมายเลข 1	110
4.5	แบบร่างแนวคิดและข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาทดลอง เตาอบ หมายเลข 2	111
4.6	ผลการทดลองเตาอบรวมคว้น หมายเลข 2	112
4.7	แบบร่างแนวคิดและข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาทดลองเตาอบ หมายเลข 3	113
4.8	ผลการทดลอง เตาอบรวมคว้น หมายเลข 3	114
4.9	แบบร่างแนวคิดและข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาทดลอง เตาอบ หมายเลข 4	115
4.10	ผลการทดลอง เตาอบรวมคว้น หมายเลข 4	117
4.11	สรุปขั้นตอนในการออกแบบและการก่อสร้างเตาอบรวมคว้นที่เหมาะสมกับ การใช้งาน	119
4.12	ลักษณะสำคัญของเตาอบรวมคว้นที่เหมาะสมกับการใช้ในงานหัตถกรรม	121

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	4
4.1	การศึกษากระบวนการผลิตเครื่องจักสาน	77
4.2	การเตรียมไม้ไผ่ก่อนนำไปจักเป็นเส้นเพื่อสานกระติบข้าว	78
4.3	การอบรมควันด้วยหม้อดินก่อนนำไปจัดจำหน่ายหรือใช้สอย	78
4.4	การรมควันสุ่มไก่	79
4.5	การรมควันเครื่องจักสานชนเผ่าลาวเทิง	80
4.6	การรมควันเครื่องจักสานของบ้านโพน	81
4.7	การรมควันเครื่องจักสานของบ้านดงขวาง	82
4.8	การรมควันเส้นตอกไม้ไผ่ของบ้านกลาง	83
4.9	สีจากการรมควันเส้นตอกและการสาน	83
4.10	การแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่ได้จากการรมควันเส้นตอก	84
4.11	การประยุกต์ใช้เตาอบอาหารแห้งเป็นเตาอบผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ของบ้านหนองเจริญ	85
4.12	การรมควันโดยใช้หม้อดิน จากงานวิจัยของ ศักดิ์ชาย สิกขา	85
4.13	การรมควันโดยใช้ถังรมควัน จากงานวิจัยของ ประทับใจ สิกขา	86
4.14	การตัดไม้ไผ่ก่อนนำเข้าเตาอบ และหลังการอบรมควัน	87
4.15	การรมควันกระบอกไม้ไผ่ เพื่อใช้ผลิตโคมไฟที่บ้านนางรอง	88
4.16	เตาอบรมควัน ของ วิษณุศักดิ์ บัวลา	89
4.17	วัสดุ และผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการอบรมควัน	89
4.18	เตาอบรมควันของร้านบาราย	90
4.19	เตาอบแห้งไม้ไผ่ ร้านสรรค์ศิลป์จากลำไผ่	91
4.20	เตาอบรมควัน ของ เฉลียว มาหา	92
4.21	เตาอบรมควัน ของ นุภาพ อุดมศรี	93
4.22	การแช่ไม้ไผ่ในคลองน้ำ	100
4.23	การแช่ปล้องไม้ไผ่ในท่อปูน	100
4.24	การแช่ปล้องไม้ไผ่ในบ่อคอนกรีต	101
4.25	เตาอบสมุนไพร	102

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.26	เตาเผาเครื่องปั้นดินเผา	102
4.27	รูปแบบเตาเผาก้นดิน	103
4.28	รูปแบบเตาเผาก้นแบบใช้ถังโลหะ	104
4.29	ตัวอย่างแบบร่างแนวคิดในการออกแบบเตาอบรมควัน	107
4.30	การจัดประชุมระดมความคิด	107
4.31	การอภิปรายและหาข้อสรุปเบื้องต้น	108
4.32	การพัฒนาเตาอบรมควัน หมายเลข 1	110
4.33	การพัฒนาเตาอบรมควัน หมายเลข 2	112
4.34	การพัฒนาเตาอบรมควัน หมายเลข 3	114
4.35	การพัฒนาเตาอบรมควัน หมายเลข 4	116
4.36	การหมุนเวียนและการกระจายตัวของควัน ภายในเตาอบรมควัน หมายเลข 1- 4	118
4.37	แบบเตาอบรมควัน	123
4.38	แบบแสดงภาพตัดภายในเตาอบรมควัน	123
4.39	การวางไม้ไฟในการอบ	124
4.40	เตาอบรมควัน การวางไม้ไฟในการอบ และปล่องควัน	125
5.1	ตัวอย่างแบบร่างแนวคิดจากแนวคิดของกลุ่มอาชีพ	134
5.2	ตัวอย่างการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ประเภทของใช้ และของตกแต่งบ้าน	135
5.3	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบงานหัตถกรรมไม้ไผ่ประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน	136
5.4	ไม้ไผ่ชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตงานเฟอร์นิเจอร์	137
5.5	การผลิตงานหัตถกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่	138
5.6	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการถอดประกอบชิ้นส่วนเก้าอี้ไม้ไผ่	138
5.7	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการถอดประกอบชิ้นส่วนโต๊ะกลางไม้ไผ่	138
5.8	ลักษณะของผลิตภัณฑ์ต้นแบบและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์	139