

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษาอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่” ได้นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำผลิตภัณฑ์ที่นอนนุ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

1. บริบทของชุมชน

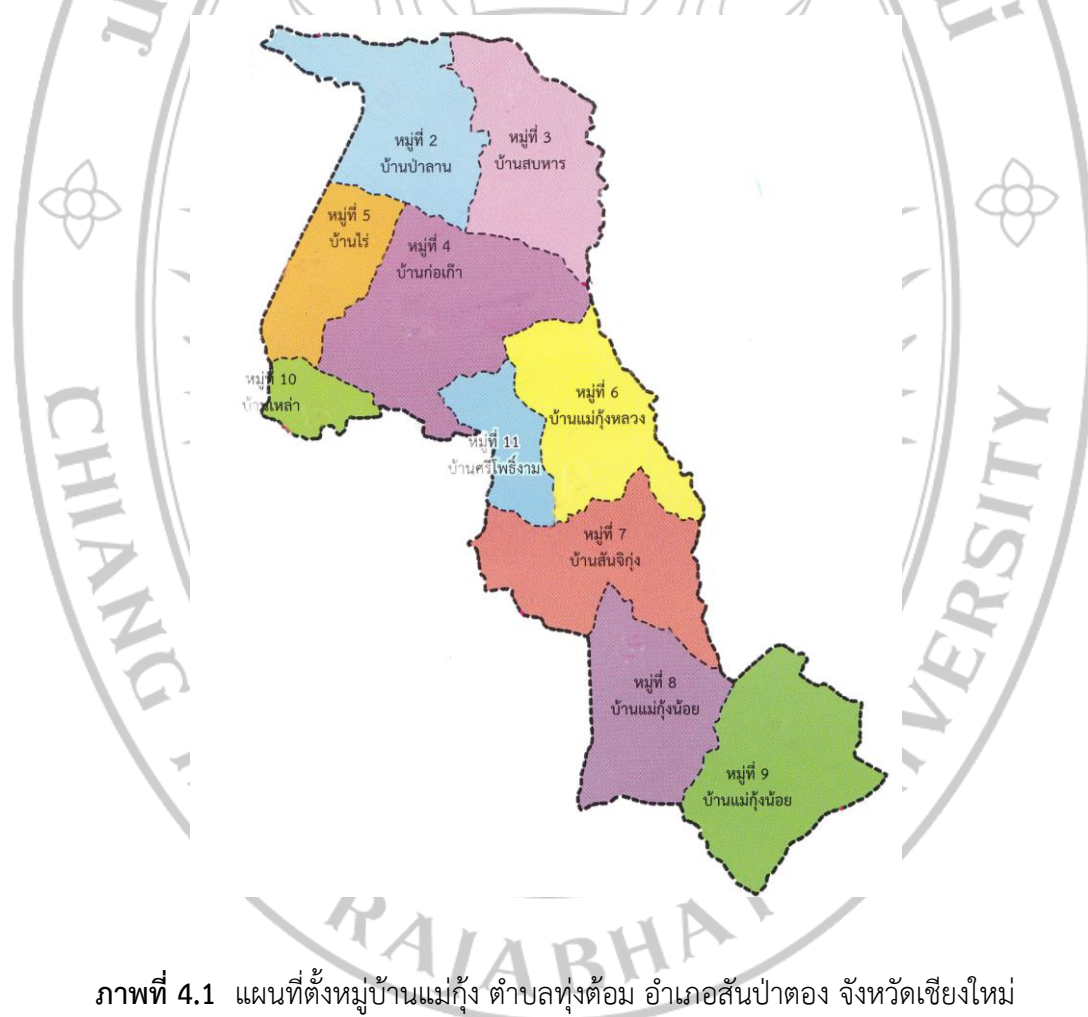
ผลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำผลิตภัณฑ์ที่นอนนุ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในชุมชนบ้านแม่กึ่ง ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนของกลุ่มคนไทยยวนที่อยู่อาศัยมายาวนาน ไม่มีหลักฐานปรากฏชัดเจนว่าชุมชนแห่งนี้ตั้งอยู่เมื่อไหร่ จากการสอบถามข้อมูลจากผู้สูงอายุในชุมชนทั้งหมด ให้ข้อมูลว่า “บ้านแม่กึ่งเป็นชุมชนของคนเมือง (คนไทยยวน) ที่อยู่อาศัยสืบต่อกันมา นับถือศาสนาพุทธ มีวัดสุพรรณรังสี เป็นวัดประจำหมู่บ้าน จากหลักฐานการก่อตั้งเป็นวัดเมื่อปี พ.ศ. 2409 สมัยพระเจ้ากาวิโลรสสุริยวงศ์ เป็นเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ ลำดับที่ 6” จากหลักฐานนี้จึงสรุปได้ว่าคนเมืองในชุมชนบ้านแม่กึ่งอยู่อาศัย ณ ที่แห่งนี้มายาวนานกว่า 150 ปี

ที่ตั้งของชุมชนบ้านแม่กึ่งเป็น ที่ราบลุ่มน้ำแม่ปิงที่มีความสมบูรณ์ชาวบ้านเป็นคนไทยยวน (คนเมือง) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก เมื่อว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรม ผู้หญิงจะทอผ้าและตัดเย็บแปรรูปผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้ชายจะเป็นฝ่ายนำผลิตภัณฑ์ที่ไปเร่ขายตามตลาดนัด หรือในชุมชนอื่น ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของบ้านแม่กึ่งมีชื่อเสียง เช่น เสื้อผ้าฝ้าย กางเกงสะดอ ผ้าขาวม้า ผ้าขึ้นตีนจก และที่นอนนุ่น เป็นต้น มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังชุมชนอื่นในอำเภอสันป่าตองและในอำเภออื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง ชุมชนบ้านแม่กึ่งนี้เป็นชุมชนใหญ่ ตั้งอยู่ไม่ไกลจากย่านตลาดอำเภอสันป่าตอง และแม่น้ำปิง ในอดีตสันป่าตองเป็นชุมชนสำคัญที่อยู่บนเส้นทางการค้าทางน้ำปิงและทางบก ที่กองคาราวานพ่อค้าวัวต่างจะต้องผ่านชุมชนสันป่าตองเพื่อมุ่งหน้าไปสู่เมืองมะละแหม่ง มีเรือหางแมงป่องที่มุ่งไปกรุงเทพฯ ก็ต้องผ่านชุมชนแห่งนี้ด้วย ในที่ราบลุ่มน้ำปิงแถบบ้านแม่กึ่งมีต้นฝ้าย และต้นนุ่นขึ้นอยู่อย่างหนาแน่นทั่วไปเป็นศูนย์กลางทอผ้าและแปรรูปเพื่อส่งไปยังต่างแดน ผ้าทอบ้านแม่กึ่งจะมีลวดลายการทอที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ผ้าขึ้นทอลวดลายตาลายสามแถว (เป็นชุดลายสามเส้นเรียงต่อเนื่องกันทั้งผืน) มีสีสันต่าง ๆ หลากสี เส้นยืนเป็นฝ้ายละหวนเนื้อเหนียวเส้นเล็ก เส้นพุ่งเป็นไหมปั่นควบกับฝ้าย ชาวบ้านทั่วไปเรียกชื่อนชนิดนี้ว่า “ขึ้นแม่กึ่ง” ตามชื่อหมู่บ้านที่ทอ เป็นต้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของ

บ้านแม่กึ่งยังมี ผ้าตัดเสื้อ ผ้าซิ่น ตีนจก ผ้าปูที่นอน (ภาษาท้องถิ่นเรียก “ผ้าหลบ”) ผ้าทำที่นอน (ภาษาท้องถิ่นเรียก “ผ้าคาบสะลี”) เป็นต้น

การทอผ้าในชุมชนบ้านแม่กึ่งของกลุ่มวัฒนธรรมไทยวน ในอำเภอสันป่าตองมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วไป ในปัจจุบันผ้าทอบ้านแม่กึ่งบางชนิด เช่น ผ้าซิ่นตีนจก จัดอยู่ในกลุ่มผ้าโบราณหายาก เพราะในชุมชนไม่มีการสืบทอด ส่วนการเย็บผ้าทำผ้าทำที่นอนนั้นยังคงมีอยู่ แม้ว่าจะมีจำนวนลดลง แต่ที่ในชุมชนก็ยังนิยมใช้อย่างกว้างขวาง

จากการเข้าไปศึกษาในชุมชน เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์ที่นอนในชุมชนบ้านแม่กึ่ง พบว่า ชุมชนบ้านแม่กึ่งเป็นชุมชนขนาดใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่หมู่ที่ 6 บ้านแม่กึ่งหลวง หมู่ที่ 7 บ้านสันจิกุ้ง หมู่ที่ 8 และหมู่ที่ 9 บ้านแม่กึ่งน้อย และหมู่ที่ 11 บ้านศรีโพธิ์งาม ครอบคลุมพื้นที่ครึ่งหนึ่งของเทศบาลตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง



ภาพที่ 4.1 แผนที่ตั้งหมู่บ้านแม่กึ่ง ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : เทศบาลตำบลแม่กึ่งหลวง, 2563

2. ผลผลิตภัณฑ์ที่นอนของบ้านแม่กึ่ง

ผลการศึกษาข้อมูลภูมิปัญญาการทำผลิตภัณฑ์ที่นอนของบ้านแม่กึ่ง กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน เพศหญิงทั้งหมด มีอายุตั้งแต่ 58 -73 ปี เป็นผู้ที่ได้รับการสืบทอดการเย็บทำที่นอนมาจากครอบครัวสืบทอดกันมา ปัจจุบันยังเย็บทำที่นอนนุ่นอยู่สำหรับไว้ใช้ในครอบครัว หรือ เย็บขายให้แก่ผู้ที่ต้องการตามคำสั่งซื้อ กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่นอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 รูปแบบที่นอน

ผลิตภัณฑ์ที่นอนตามภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนบ้านแม่กึ่งหลวง ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มี 2 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 เป็นที่นอนพับ 4 ท่อน รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ลักษณะของที่นอนเป็นที่นอนมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดความกว้างประมาณ 34 นิ้ว ยาว ประมาณ 75 นิ้ว หนาประมาณ $2\frac{1}{2}$ นิ้ว ทำจากผ้าฝ้ายทอลายตารางสีดำและแดง ขนาดความกว้างของลายตารางประมาณ 1 นิ้ว เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของลายผ้าทอที่นอนของบ้านแม่กึ่ง ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “ลายตาตอบ” ขอบด้านข้างและขอบพับใช้ผ้าพื้นสีแดงเท่านั้น พื้นผิวด้านหน้าของที่นอนเป็นรอยนูนลูกกระนาบที่เรียกว่า “สะลิลูก” เกิดจากการเย็บยัดไส้ด้วยนุ่นไว้ข้างใน ลูกกระนาบในที่นอน 1 ผืนมีจำนวน 19 หรือ 21 ลูก โดยด้านบน (ด้านศีรษะ) จะทำเครื่องหมายให้มีลูกกระนาบ 4 ลูก



ภาพที่ 4.2 ที่นอนพับ 4 ท่อน

รูปแบบที่ 2 เป็นที่นอนรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ลักษณะของที่นอน เป็นลอนลูกกระนวด ขนาดประมาณ 1 นิ้ว ขนาดความกว้างประมาณ 40 นิ้ว ยาวประมาณ 75 นิ้ว หนาประมาณ 1 นิ้ว ใน 1 ฟืนมีลูกกระนวดประมาณ 50 ลูก ทำจากผ้าฝ้ายทอลายตารางสีดำและแดง ใช้สำหรับเป็นที่นอน เอนกประสงค์ที่มีน้ำหนักเบา มีชื่อเรียกเป็นภาษาท้องถิ่นว่า “ผ้าแหลบ” เย็บยัดไส้ด้วยนุ่นไว้ข้างใน



ภาพที่ 4.3 ผ้าแหลบ

2.2 กระบวนการผลิตที่นอน

ในกระบวนการทำที่นอนของบ้าน ผ้าสำหรับใช้ทำที่นอนเป็นผ้าฝ้าย เนื้อผ้าหนาปานกลาง ย้อมสีดำด้วยมะเกลือ และย้อมสีแดงด้วยครั่ง การเย็บทำที่นอนมีวัสดุ-อุปกรณ์การตัดเย็บได้แก่ เข็มสำหรับเย็บผ้าด้วยมือ ด้ายฝ้ายสำหรับใช้เย็บ และกรรไกรตัดผ้า ในอดีตไม่มีเครื่องมือใช้วัด ทำเครื่องหมาย การวัดขนาดให้วิธีการกระยะด้วยมือ ปัจจุบันใช้สายวัด และชอร์ควักระยะ และขีดทำเครื่องหมายบนผ้า ส่วนวัสดุสำหรับยัดไส้ที่นอนมีเพียงชนิดเดียว คือ นุ่น

กรรมวิธีการการเย็บทำที่นอนจากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีวิธีการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตีโยนุ่น นำฝักนุ่นจะนำมาตากแดดให้แห้งสนิท แล้วแกะเปลือกออกก่อน จากนั้นแกะเอาแกนนุ่นออก เหลือโยนุ่นพูนุ่มสีขาวกับเมล็ด นำไปตีเพื่อแยกเอาเมล็ดออก

ขั้นตอนที่ 2 การตัดเย็บที่นอน สามารถลำดับวิธีการเย็บทำที่นอน ดังนี้

1. การคำนวณปริมาณการใช้ผ้า โดยพิจารณาจาก รูปร่างของผู้ใช้ที่นอน ผ้าฝ้ายทอมือลายตารางที่ใช้ทำหน้าที่นอน จะมีความกว้างหน้าผ้าตามเครื่องทอ (กึ่งทอผ้า) ประมาณ 33-36 นิ้ว ความยาวผ้าทำที่นอนจะใช้ผ้า 2 เท่าของความยาวที่นอนตามต้องการ ส่วนผ้าทำขอบด้านข้างที่

นอนจะใช้ผ้าสีแดง คำนวณปริมาณครึ่งหนึ่งของผ้าที่ใช้ทำหน้าทีนอน และเศษผ้าที่เหลือใช้ทำไส้ทีนอน

2. การตัดผ้า ตัดแบ่งครึ่งผ้าลายตารางสำหรับใช้ทำที่นอนด้านบน 1 ส่วน ผ้าส่วนที่เหลือตัดแบ่งเป็น 4 ส่วนเท่า ๆ กัน สำหรับเป็นหน้าทีนอนด้านล่าง และตัดผ้าสีแดงทำขอบให้มีความยาวเท่ากับพื้นที่โดยรอบของทีนอน ความกว้างประมาณ 2 นิ้ว

3. การเย็บทีนอน หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “คราบสะลี” ใช้วิธีการเย็บตะเข็บด้วยมือ (ใช้การสอยพันริม) ระยะเวลาตำแหน่งเย็บด้วยการใช้มือวัด เริ่มต้นเย็บไส้ทีนอนติดกับหน้าทีนอนทั้งด้านบนและด้านล่าง จากนั้นเย็บติดขอบโดยรอบ ขอบด้านข้าง เว้นช่องไว้สำหรับยัดไส้ทีนอน เย็บแต่งหน้าทีนอน โดยรอบตะเข็บเพิ่มความแข็งแรงและสวยงาม (ใช้การสอยพันหัวเข็ม)

ขั้นตอนที่ 3 การยัดไส้ทีนอน เมื่อได้คราบทีนอนแล้ว จะนำไปยัดไส้ทีนอนด้วยนุ่น การยัดนุ่นเข้าไปในช่องที่ได้เปิดไว้ใช้ไม้ช่วยดันให้แน่น ทีนอนจะเกิดเป็นลายนุ่น ต้องยัดโยนุ่นให้แน่นทั้งผืน ให้ลายนุ่นสวยงาม และไม่ยุบตัวง่าย

ขั้นตอนที่ 4 การเย็บปิดช่องที่เปิดไว้สำหรับยัดไส้ทีนอน ด้วยการเย็บคัดลายขอบทีนอนให้เรียบร้อย

ปัจจุบันการเย็บทีนอนในชุมชนบ้านแม่กุง ได้มีการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็วในการเย็บ แต่มีข้อเสียในด้านความแข็งแรงของตะเข็บจักร จะไม่แข็งแรงเท่ากับการเย็บด้วยมือ เพราะในการเย็บด้วยมือจะเลือกใช้เส้นด้ายที่มีขนาดใหญ่และแข็งแรงมากกว่าเส้นด้ายเย็บผ้าด้วยเครื่องจักร

ส่วนในด้านผ้าฝ้ายที่นำมาใช้ในการทำทีนอนในชุมชนไม่มีการทอผ้าแล้ว ชาวบ้านจะซื้อผ้าฝ้ายมาจากแหล่งอื่นที่มีอยู่ทั่วไป สามารถเลือกเนื้อผ้า สี สัน ลวดลาย ได้ตามความชอบ

2.3 การใช้ประโยชน์ทีนอนท้องถิ่น

การใช้ประโยชน์ทีนอนนุ่นของท้องถิ่น ชาวบ้านมีการนำทีนอนมาใช้ประโยชน์ในหลากหลายมิติที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ได้แก่

1) การใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมการนอนทีนอนนุ่น ของคนไทยวน (คนเมือง) ในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นวิถีของผู้คน ตั้งแต่นับตั้งแต่เกิด แม่จะเย็บทีนอนยัดนุ่นสำหรับทารก จนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ก็ยังคงใช้ทีนอนยัดนุ่น ด้วยคุณสมบัติของโยนุ่น ที่มีความพูนุ่ม น้ำหนักเบา และมีอยู่ทั่วไปในชุมชน เมื่อนำมายัดเป็นไส้ทีนอนแล้ว ทีนอนนุ่น นอนสบาย ไม่ปวดหลัง และมีอายุการใช้งานนานหลายปี

วัฒนธรรมการนอนของคนไทยวนในอำเภอสันป่าตอง จะนอนหันศีรษะไปทางทิศตะวันออก ไม่หันศีรษะไปทางทิศเหนือ หรือทิศตะวันตก เชื่อกันว่าเป็นการวางศีรษะของคนตาย เจ้าบ้านนอนชิดเสาต้นแรกสุดของห้อง ซึ่งเป็นเสาเอกของบ้าน สมาชิกในครอบครัวนอนร่วมกัน ด้วยการปูเสื่อแล้วปูสะลีบนเสื่ออีกชั้นหนึ่งในห้องนอน

2) การใช้ประโยชน์ในพิธีกรรมงานประเพณี ประเพณีของชุมชน ประเพณีที่นิยมในชุมชนสันป่าตองและเป็นแบบแผนปฏิบัติสืบต่อกันมา ล้วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ของการดำรงชีพ อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เช่น ประเพณีปอยหลวง งานบวช เป็นต้น ในพิธีกรรมของประเพณีเหล่านี้ใช้ที่นอนนุ่นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องใช้ในพิธีกรรม นอกจากประเพณีที่เกี่ยวกับอวมงคลก็มีความจำเป็นต้องใช้ที่นอน เครื่องนุ่งห่ม ซึ่งจัดเป็นชุดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสุดท้ายสำหรับผู้วายชนม์เช่นเดียวกัน

2.4 การดูแลรักษาที่นอน

การดูแลรักษาที่นอนของชาวไทยวนในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีพฤติกรรมการดูแลรักษาที่นอน ดังนี้

1) การนำที่นอนไปตากแดด ด้วยที่นอนมีขนาดไม่ใหญ่มาก น้ำหนักเบาพกไปตากแดดได้ง่าย เมื่อตากแดดจนร้อนแล้วจะใช้ไม้ตีที่นอนเพื่อไล่ฝุ่น และให้ใยजूที่อัดใส่ที่นอนฟูขึ้น

2) การเย็บซ่อมแซม เมื่อใช้ที่นอนไปแล้วเกิดชำรุด มีรอยขยายจะหาเศษผ้ามาเย็บปะซ่อมแซม

3) การเปลี่ยนคราบที่นอนใหม่ เมื่อใช้ที่นอนไปนาน ๆ คราบที่นอนเก่า ชำรุดจนไม่สวยงามแล้วจะดึงเอาใยजूที่อัดเป็นไส้ที่นอนออกมา แล้วนำไปใช้ัดคราบที่นอนใหม่

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชาวบ้านผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอสันป่าตอง เก็บข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 - เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 จำนวนทั้งสิ้น 260 คน ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการศึกษามี ดังนี้

เพศ

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง (54.6%) ที่เหลือร้อยละ 45.4 เป็น เพศชาย (ตารางที่ 4.1)

อายุ

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มากกว่าสามในห้า มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป (62.3%) รองลงมา มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 23.5 และมีอายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 14.2 (ตารางที่ 4.1)

สถานภาพสมรส

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง สามในห้ามีสถานภาพสมรส (60.0%) รองลงมา มีสถานภาพสมรสหย่าร้างและหม้าย ร้อยละ 26.1 และมีสถานภาพโสด ร้อยละ 21.5 (ตารางที่ 4.1)

ระดับการศึกษา

ผู้บริโภครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา (43.1%) มากที่สุด รองลงมา มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 25 ผู้บริโภครมีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และอนุปริญญาหรือ ปวส.ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 15.4 และร้อยละ 13.1 ตามลำดับ ผู้บริโภครที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีสัดส่วนน้อยที่สุดเพียง ร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 4.1)

อาชีพ

ผู้บริโภครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจมากกว่าหนึ่งในสี่เล็กน้อย (29.2%) รองลงมาเป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 24.6 พนักงาน/ผู้บริหารในธุรกิจเอกชนร้อยละ 20.0 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.2 ประกอบอาชีพอื่น ๆ (เกษตรกรรม) ร้อยละ 10.0 (ตารางที่ 4.2)

รายได้

ผู้บริโภครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (44.2%) รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 34.2 และกลุ่มที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไปมีสัดส่วนน้อยที่สุด ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคร

			(n = 260)	
ปัจจัยส่วนบุคคล			จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง		142	54.6
	ชาย		118	45.4
	รวม		260	100.0
อายุ	40 ปีและต่ำกว่า		98	37.7
	41 - 50 ปี		50	19.2
	51 - 60 ปี		52	20.0
	61 ปี ขึ้นไป		61	23.1
	รวม		260	100.0
สถานภาพสมรส	โสด		56	21.5
	สมรส		156	60.0
	หย่าร้างและหม้าย		48	18.4
	รวม		260	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

(n = 260)		
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	112	43.1
มัธยมศึกษา	40	15.4
อนุปริญญาหรือ ปวส.	34	13.1
ปริญญาตรี	65	25.0
สูงกว่าปริญญาตรี	9	3.5
รวม	260	100.0
อาชีพ		
พนักงาน/ผู้บริหารในบริษัทเอกชน	52	20.0
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	76	29.2
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	16.2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	64	24.6
อื่น ๆ (เกษตรกรกรรม)	26	10.0
รวม	260	100.0
รายได้		
10,000 บาทและต่ำกว่า	115	44.2
10,001-20,000 บาท	89	34.2
20,001 บาท ขึ้นไป	56	21.5
รวม	260	100.0

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษารั้งนี้ ได้แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจบริโภค และการประเมินผลหลังการบริโภค ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง โดยรวม

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง โดยรวม พบว่า ชาวบ้านให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคโดยรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.55$)

เมื่อศึกษาในรายละเอียด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อ การตัดสินใจบริโภค ($\bar{x} = 3.76$) การประเมินทางเลือก ($\bar{x} = 3.67$) และการประเมินผลหลังการบริโภค ($\bar{x} = 3.64$)

ส่วนขั้นค้นหาข้อมูล และการตระหนักถึงความต้องการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.95$ และ $\bar{x} = 3.19$ ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง โดยรวม

พฤติกรรมกรรมการบริโภค	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
การตระหนักถึงความต้องการ	3.19	1.06	ปานกลาง
การค้นหาข้อมูล	2.95	1.33	ปานกลาง
การประเมินทางเลือก	3.67	1.14	มาก
การตัดสินใจบริโภคจากร้านที่เลือก	3.76	0.97	มาก
การประเมินผลหลังการบริโภค	3.64	1.13	มาก
รวม	3.55	0.98	มาก

(n = 260)

2. การตระหนักถึงความต้องการ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ขั้นตระหนักถึงความต้องการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ($\bar{x} = 3.19$)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อคำถาม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากต่อความต้องการที่นอนเปลี่ยนแทนของเดิมที่เก่าแล้ว ($\bar{x} = 3.60$) ที่เหลือผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องการที่นอนสำรองไว้สำหรับแขก ต้องการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านที่นอนท้องถิ่น ต้องการที่นอนสำหรับใช้เป็นเบาะนอนเล่นหรือนั่งเล่นนอกเหนือจากห้องนอน ($\bar{x} = 2.90$, $\bar{x} = 2.78$, และ $\bar{x} = 2.75$ ตามลำดับ)

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลางในสามลำดับสุดท้าย ได้แก่ ต้องการที่นอนสำหรับใช้ในพิธีกรรมตามธรรมเนียมประเพณี ต้องการที่นอนสำหรับใช้ทำกิจกรรมเฉพาะ เช่น นวดแผนไทย และต้องการที่นอนสำหรับเป็นของฝากผู้อื่นในโอกาสต่าง ๆ ($\bar{x} = 2.68$, $\bar{x} = 2.48$, และ $\bar{x} = 2.45$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง
ชั้นตระหนักถึงความต้องการ

(n = 260)

การตระหนักถึงความ ต้องการ	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ต้องการที่นอน เปลี่ยนแทน ของเดิมที่เก่า แล้ว	38 (14.6)	123 (47.3)	76 (29.2)	8 (3.1)	11 (4.2)	4 (1.5)	3.60	1.01
2. ต้องการที่นอน สำหรับซัก สำหรับแชก	19 (7.3)	105 (40.4)	67 (25.8)	14 (5.4)	9 (3.5)	46 (17.7)	2.90	1.57
3. ต้องการที่นอน สำหรับใช้เป็น เบาะนอนเล่น หรือนั่งเล่น นอก เหนือจาก ห้องนอน	22 (8.5)	96 (36.9)	63 (24.2)	10 (3.1)	13 (5.0)	56 (21.5)	2.75	1.68
4. ต้องการที่นอน สำหรับใช้ใน พิธีกรรมตาม ธรรมเนียม ประเพณี	20 (7.7)	69 (26.5)	86 (33.1)	24 (9.2)	16 (6.2)	45 (17.3)	2.68	1.54
5. ต้องการ อนุรักษ์ภูมิ ปัญญาด้านที่ นอนท้องถิ่น	24 (9.2)	73 (28.1)	79 (30.4)	21 (8.1)	31 (11.9)	32 (12.3)	2.78	1.60
6. ต้องการที่นอน สำหรับใช้ทำ กิจกรรมเฉพาะ เช่น นวดแผน ไทย	18 (6.9)	67 (25.8)	61 (23.5)	43 (16.5)	17 (6.5)	54 (20.8)	2.48	1.64

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง ชั้นตระหนักถึงความต้องการ

(n = 260)

การตระหนักถึง ความต้องการ	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
7. ต้องการ ที่นอน สำหรับเป็น ของฝากผู้อื่น ในโอกาสต่าง ๆ	22 (8.5)	62 (23.8)	57 (21.9)	49 (18.8)	11 (4.2)	59 (22.7)	2.45	1.54
รวม							3.19	1.06

1. การค้นหาข้อมูล

พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ชั้นการค้นหาข้อมูลโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการค้นหาข้อมูลในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.95$)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อความ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการสอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัวในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$) เพียงประเด็นเดียว ส่วนที่เหลือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สอบถามข้อมูลจากผู้ขาย สอบถามข้อมูลจากเพื่อนญาติพี่น้อง ศึกษาข้อมูลจากการบอกต่อแบบปากต่อปาก ($\bar{x} = 3.44$, $\bar{x} = 3.38$, และ $\bar{x} = 3.21$ ตามลำดับ)

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง สามลำดับสุดท้าย ได้แก่ สอบถามข้อมูลจากผู้ที่ใช้ เครือข่ายสนทนาออนไลน์ เฟสบุ๊ก และข้อมูลในเว็บไซต์ของผู้ผลิต ($\bar{x} = 3.05$, $\bar{x} = 2.80$, และ $\bar{x} = 2.69$) (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง
 ชั้นการค้นหาข้อมูล

(n = 260)

การค้นหาข้อมูล	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่สำคัญ จำนวน (ร้อยละ)		
1. สอบถาม ข้อมูลจาก สมาชิกใน ครอบครัว	35 (13.5)	126 (48.8)	73 (28.1)	15 (5.8)	4 (1.5)	7 (2.7)	3.58	1.01
2. สอบถาม ข้อมูลจาก ผู้ขาย	43 (16.5)	106 (40.8)	62 (23.8)	28 (10.8)	13 (5.0)	8 (3.1)	3.44	1.21
3. ศึกษาข้อมูล จากการบอก ต่อแบบปาก ต่อปาก	37 (14.2)	88 (33.8)	76 (29.2)	31 (11.9)	8 (3.1)	20 (7.7)	3.21	1.34
4. สอบถาม ข้อมูลจากผู้ ที่ใช้	27 (10.4)	92 (35.4)	82 (31.5)	15 (5.8)	13 (5.0)	31 (11.9)	3.05	1.45
5. เครือข่าย สนทนา ออนไลน์ เฟสบุ๊ก	24 (9.2)	80 (30.8)	80 (30.8)	18 (6.9)	12 (4.6)	46 (17.7)	2.80	1.57
6. ข้อมูลใน เว็บไซต์ของ ผู้ผลิต	31 (11.9)	76 (29.1)	64 (24.6)	18 (6.9)	12 (4.6)	59 (22.7)	2.69	1.72
รวม							2.95	1.33

2. การประเมินทางเลือก

พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นการประเมินทางเลือกโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการประเมินทางเลือกในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อคำถาม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อทุกข้อคำถาม

ในระดับมาก ได้แก่ การใช้งานทนทานต่อการยุบตัว ที่นอนให้ความสบาย ไม่ปวดหลัง เนื้อผ้าใช้ทำที่นอนมีคุณภาพดีและวัสดุยัดไส้ยัดไส้ที่นอนมีคุณภาพดี ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญเท่ากัน ($\bar{x} = 4.18$, $\bar{x} = 4.14$, $\bar{x} = 4.12$ ตามลำดับ)

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก สามลำดับสุดท้าย ได้แก่ ที่นอนมีการใช้งานได้ 2 ด้าน และ ขนาดของที่นอนด้านความกว้าง ความยาว และความหนาในระดับเท่ากัน รองลงมาเป็นการมีส่วนลดราคา และสามารถผ่อนชำระได้ ($\bar{x} = 3.92$, $\bar{x} = 3.85$, $\bar{x} = 3.44$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.5 พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง ขึ้นการประเมินทางเลือก

(n = 260)

การประเมิน ทางเลือก	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การใช้งาน ทนทานต่อการ ยุบตัว	104 (40.0)	115 (44.2)	29 (11.2)	9 (3.5)	2 (0.8)	1 (0.4)	4.18	0.86
2. ที่นอนให้ ความสบาย ไม่ปวดหลัง	109 (41.9)	98 (37.7)	35 (13.5)	17 (6.5)	1 (0.4)	-	4.14	0.91
3. เนื้อผ้าใช้ทำ ที่นอนมีคุณภาพ ดี	108 (41.5)	89 (34.2)	53 (20.4)	7 (2.7)	1 (0.4)	2 (0.8)	4.12	0.93
4. วัสดุยัดไส้ยัด ไส้ที่นอนมี คุณภาพดี	108 (41.5)	89 (34.2)	53 (20.4)	5 (1.9)	5 (1.9)	-	4.12	0.92
5. ที่นอนแน่นไม่ ยุบตัว	107 (41.2)	88 (33.8)	55 (21.2)	6 (2.3)	2 (0.8)	2 (0.8)	4.10	0.94

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอ
สันป่าตอง ชั้นการประเมินทางเลือก

(n = 260)

การประเมิน ทางเลือก	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
6. ที่นอนด้าน น้ำหนักเบา	97 (37.3)	107 (41.2)	39 (15.0)	11 (4.2)	5 (1.9)	1 (0.4)	4.07	0.96
7. ฝีมือการเย็บ ที่นอน	99 (38.1)	92 (35.4)	55 (21.2)	5 (1.9)	5 (1.9)	1 (0.4)	4.06	0.95
8. รูปแบบที่นอน พับเก็บได้	97 (37.3)	101 (38.8)	47 (18.1)	8 (3.1)	6 (3.1)	1 (0.4)	4.05	0.97
9. ราคาที่นอน เหมาะสม	104 (40.0)	84 (32.3)	54 (20.8)	12 (4.6)	4 (1.5)	2 (0.8)	4.02	1.02
10. ที่นอนมีความ เป็นเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น	91 (35.0)	91 (35.0)	61 (23.5)	13 (5.0)	1 (0.4)	3 (1.2)	3.96	1.00
11. สีและลวดลาย ของผ้าที่ใช้ทำ ที่นอน	81 (31.2)	94 (36.2)	74 (28.5)	8 (3.1)	2 (0.8)	1 (0.4)	3.93	0.92
12. ขนาดของที่ นอน ด้านความ กว้าง ความยาว และความหนา	88 (33.8)	77 (29.6)	86 (33.1)	6 (2.3)	1 (0.4)	2 (0.8)	3.92	0.95
13. ที่นอนมีการใช้ งานได้ 2 ด้าน	110 (42.3)	79 (30.4)	42 (16.2)	14 (5.4)	14 (5.4)	1 (0.4)	3.92	1.16
14. การมีส่วนลด ราคา	94 (36.2)	89 (34.2)	36 (13.8)	30 (11.5)	6 (2.3)	5 (1.9)	3.85	1.20
15. สามารถผ่อน ชำระได้	85 (32.7)	76 (29.2)	38 (14.6)	11 (4.2)	29 (11.2)	21 (8.1)	3.44	1.62
รวม							3.67	1.14

5. การตัดสินใจ

พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ชั้นการตัดสินใจโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อความ พบว่า ทุกข้อผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ คุณภาพมีคุณภาพดีเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน คุณสมบัติของที่นอนตรงกับ ความต้องการใช้งาน และราคาอยู่ในงบประมาณที่ตั้งไว้ ($\bar{x} = 3.97$, $\bar{x} = 3.94$, และ $\bar{x} = 3.90$ ตามลำดับ)

ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ต่อความมีชื่อเสียงของผู้ผลิต รูปแบบที่นอนตรงกับ ความต้องการใช้งาน ความเป็นเอกลักษณ์ของที่นอนท้องถิ่น ($\bar{x} = 3.64$, $\bar{x} = 3.84$, และ $\bar{x} = 3.76$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง ชั้นการตัดสินใจ

การตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1. คุณภาพมีคุณภาพดี เหมาะสมกับความ ต้องการใช้งาน	82 (31.5)	110 (42.3)	55 (21.2)	6 (6.5)	5 (1.9)	2 (0.8)	3.97	1.05
2. คุณสมบัติของที่นอน ตรงกับความต้องการ ใช้งาน	83 (31.9)	109 (41.9)	54 (20.8)	4 (1.5)	4 (1.5)	6 (6.5)	3.94	0.95
3. ราคาอยู่ใน งบประมาณที่ตั้งไว้	71 (27.3)	108 (41.5)	70 (26.9)	7 (2.7)	3 (1.2)	1 (0.4)	3.90	1.12
4. รูปแบบที่นอนตรง กับความต้องการใช้ งาน	72 (27.7)	120 (46.2)	42 (16.2)	13 (5.0)	6 (6.5)	7 (2.7)	3.84	1.04
5. ความเป็นเอกลักษณ์ ของ ที่นอนท้องถิ่น	64 (24.6)	105 (40.4)	70 (26.9)	12 (4.6)	3 (1.2)	6 (2.3)	3.76	1.35
6. ความมีชื่อเสียงของ ผู้ผลิต	65 (25.0)	115 (44.2)	45 (17.3)	12 (4.6)	2 (0.8)	21 (8.1)	3.64	1.06
รวม							3.76	0.97

6. การประเมินผลหลังการบริโภค

พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นการประเมินผลหลังการบริโภคโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของคำถาม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อพฤติกรรมเมื่อใช้แล้วพึงพอใจแนะนำผู้อื่นให้ซื้อใช้ตาม เมื่อใช้แล้วพึงพอใจกลับไปซื้อซ้ำ และเมื่อใช้แล้วไม่พึงพอใจแนะนำผู้อื่นไม่ให้ซื้อใช้ตาม ($\bar{x} = 3.80$, $\bar{x} = 3.72$, และ 3.50 ตามลำดับ) และมีสองประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เมื่อใช้แล้วไม่พึงพอใจเลิกซื้อใช้ และเมื่อใช้แล้วไม่พึงพอใจนำไปเปลี่ยนคืน

($\bar{x} = 3.48$, $\bar{x} = 3.44$ ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 พฤติกรรมการบริโภคที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง ขึ้นการประเมินผลหลังการบริโภค

(n = 260)

การประเมินผลหลัง การบริโภค	ระดับความสำคัญ						\bar{x}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. เมื่อใช้แล้ว พึงพอใจแนะนำ ผู้อื่นให้ซื้อใช้ตาม	62 (23.8)	123 (47.3)	53 (20.4)	10 (3.8)	6 (6.5)	6 (6.5)	3.80	1.06
2. เมื่อใช้แล้ว พึงพอใจกลับไป ซื้อซ้ำ	48 (18.5)	135 (51.9)	51 (19.6)	14 (5.4)	6 (6.5)	6 (6.5)	3.72	1.04
3. เมื่อใช้แล้วไม่ พึงพอใจนำ แนะนำผู้อื่นไม่ ให้ซื้อใช้ตาม	64 (24.6)	102 (39.2)	51 (19.6)	7 (2.7)	14 (4.4)	22 (8.5)	3.50	1.46
4. เมื่อใช้แล้วไม่ พึงพอใจเลิกซื้อใช้	62 (23.8)	117 (45.0)	30 (11.5)	7 (2.7)	22 (8.5)	22 (8.5)	3.48	1.52
5. เมื่อใช้แล้วไม่ พึงพอใจนำ กลับไปเปลี่ยนคืน	55 (21.2)	112 (43.1)	40 (15.4)	17 (6.5)	18 (6.9)	18 (6.9)	3.44	1.43
รวม							3.64	1.13

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการบริโภคที่นอนจาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอน
จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ค่า Chi-Square (χ^2)
ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งระบุเป็นสมมติฐานว่าง (null hypothesis) เพื่อการทดสอบทาง
สถิติ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานว่าง (null hypothesis) เพื่อการทดสอบทางสถิติ:

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา
อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

สมมติฐาน : ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับ
การศึกษา อาชีพและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจาก
ภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

1. เพศของผู้บริโภค

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ระหว่างเพศของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับ (accept) สมมติฐานว่าง
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า เพศของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. อายุของผู้บริโภค

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบปฏิเสธ (reject)
สมมติฐานว่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 แสดงว่า อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กล่าวคือ (ตารางที่ 4.8)

ผู้บริโภคที่มีอายุ ไม่เกิน 40 ปี ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอน
จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับมาก สัดส่วนสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .00

3. สถานภาพของผู้บริโภค

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ระหว่างสถานภาพของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบปฏิเสธ (reject)
สมมติฐานว่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 แสดงว่า สถานภาพของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กล่าวคือ (ตารางที่ 4.8)

ผู้บริโภครที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับมาก สัดส่วนสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส หย่าร้าง/หม้าย อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01

4. อาชีพของผู้บริโภค

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ระหว่างอาชีพได้ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบปฏิเสธ (reject) สมมติฐานว่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 แสดงว่า อาชีพของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กล่าวคือ (ตารางที่ 4.8)

ผู้บริโภคประกอบอาชีพ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ผู้บริหารธุรกิจ เอกชน และเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

5. รายได้ของผู้บริโภค

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบปฏิเสธ (reject) สมมติฐานว่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 แสดงว่า รายได้ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กล่าวคือ (ตารางที่ 4.8)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ไม่ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่นอน ส่วนผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคที่ นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

6. ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

จากการทดสอบสมมติฐานว่าง ระหว่างระดับการศึกษาของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการ บริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบปฏิเสธ (reject) สมมติฐานว่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 แสดงว่า ระดับการศึกษาของผู้บริโภคมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กล่าวคือ

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส และปริญญาตรี ให้ความสำคัญ ต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับมาก ในสัดส่วนสูงกว่าผู้ที่มี ระดับการศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

(n =260)

ปัจจัยส่วนบุคคล		ระดับพฤติกรรมการบริโภค				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	p
		มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่สำคัญ จำนวน (ร้อยละ)			
1. อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	26 (70.3)	11 (29.7)	0	0	37 (14.2)	52.634	.000
	31-40 ปี	45 (73.8)	14 (23.0)	0	2 (3.3)	61 (23.5)		
	41-50 ปี	32 (64.0)	14 (28.0)	3 (6.0)	1 (2.0)	50 (19.2)		
	51-60ปี	19 (36.5)	22 (42.3)	7 (13.5)	4 (7.7)	52 (20.0)		
	61 ปี ขึ้นไป	17 (28.3)	23 (38.3)	10 (16.7)	10 (16.7)	60 (23.1)		
	รวม	139 (53.5)	84 (32.3)	20 (7.7)	17 (6.5)	260 (100.0)		
2. สถานภาพ	โสด	37 (66.1)	14 (25.0)	3 (5.4)	2 (3.6)	56 (21.5)	21.767	.010
	สมรส	86 (55.1)	51 (32.7)	9 (5.8)	10 (6.4)	156 (60.0)		
	หย่าร้าง	5 (41.7)	6 (50.0)	0	1 (8.3)	12 (4.6)		
	หม้าย	11 (30.6)	13 (36.1)	8 (22.2)	4 (11.1)	36 (13.8)		
	รวม	139 (53.5)	84 (32.3)	20 (7.7)	17 (6.5)	260 (100.0)		
3. อาชีพ	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	29 (69.0)	13 (30.0)	0	0	42 (16.2)	73.769	.000
	เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	51 (67.1)	21 (27.6)	4 (5.3)	0	76 (29.2)		

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

(n =260)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับพฤติกรรมการบริโภค				รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	p
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่สำคัญ จำนวน (ร้อยละ)			
พนักงาน/ผู้บริหาร	36	14	2	0	52		
ธุรกิจเอกชน	(69.2)	(26.9)	(3.8)		(20.0)		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	14	29	11	10	64		
	(21.9)	(45.3)	(17.2)	(15.6)	(24.9)		
เกษตรกรรวม	9	7	3	7	26		
	(34.6)	(26.9)	(11.5)	(26.9)	(10.0)		
รวม	139	84	20	17	260		
	(53.5)	(32.3)	(7.7)	(6.5)	(100.0)		
4. รายได้							
ไม่เกิน 10,000 บาท	43	45	14	13	115	26.051	.000
	(37.4)	(39.1)	(12.2)	(11.3)	(44.2)		
10,001-20,000 บาท	60	22	4	3	89		
	(67.4)	(24.7)	(4.5)	(3.4)	(34.2)		
20,001 บาทขึ้นไป	36	17	2	1	52		
	(64.3)	(30.4)	(3.6)	(1.8)	(20.0)		
รวม	139	84	20	17	260		
	(53.5)	(32.3)	(7.7)	(6.5)	(100.0)		
5. ระดับการศึกษา							
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	46	34	16	16	112	45.781	.000
	(41.1)	(30.0)	(14.3)	(14.3)	(43.1)		
มัธยมศึกษา	17	20	2	1	40		
	(42.5)	(50.0)	(5.0)	(2.5)	(15.4)		
อนุปริญญา/ปวส.	24	9	1	0	34		
	(76.0)	(26.5)	(1.5)		(13.1)		
ปริญญาตรี	47	17	1	0	65		
	(72.3)	(26.2)	(1.5)		(25.0)		
สูงกว่าปริญญาตรี	5	4	0	0	9		
	(55.6)	(44.4)			(3.5)		
รวม	139	84	20	17	260		
	(53.5)	(32.3)	(7.7)	(6.5)	(100.0)		

p < .05

การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

การพัฒนาการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบ จำนวน 3 รูปแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่นอนที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใช้วัสดุจากธรรมชาติ ได้แก่

1. ผ้าตัวนอกใช้ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ
2. ใส่ที่นอนยัดด้วยนุ่น

รายละเอียดของการออกแบบและพัฒนาที่นอนภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญการทำที่นอนท้องถิ่น ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

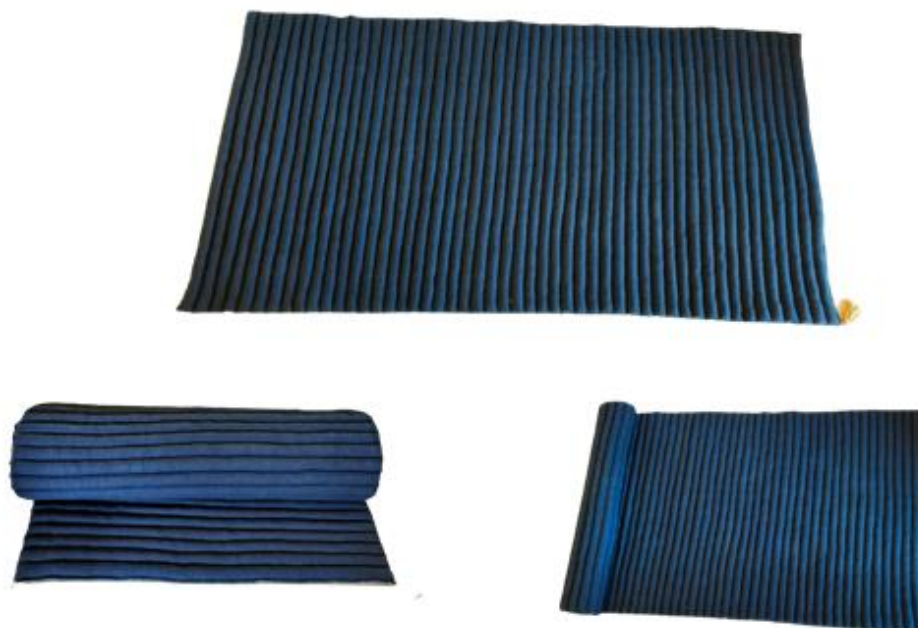
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นอน รูปแบบที่ 1

ผลิตภัณฑ์ที่นอน รูปแบบที่ 1 ได้แนวคิดจาก “ผ้าแหลบ” ซึ่งเป็นที่นอนที่ชาวบ้านพกพาไปใช้ ปูนอนในสถานที่ต่าง ๆ และใช้ในพิธีกรรมตามประเพณีของท้องถิ่น วัสดุสำหรับใช้พัฒนาที่นอนเป็น ผ้าฝ้ายย้อมคราม ซึ่งเป็นผ้าทอมือที่เป็นที่นิยมของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตองใช้ตัดเย็บเสื่อผ้าทั้งบุรุษ และสตรี เป็นผ้าฝ้ายทอมือที่มีจำหน่ายทั่วไปในพื้นที่ ยัดใส่ที่นอนด้วยนุ่น

รูปแบบเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 36 นิ้ว ยาว 80 นิ้ว หนา $1\frac{1}{2}$ นิ้ว ลักษณะที่นอนเป็น ลอนลูกกระนาบ ขนาด $1\frac{1}{2}$ นิ้ว ใช้เทคนิคเย็บซ่อนตะเข็บไว้ด้านใน ขอบที่นอนโดยรอบใช้การเย็บ ด้วยมือแบบดั้งเดิม มุมที่นอนทั้ง 4 ด้านตกแต่งด้วยพู่ด้ายฝ้าย สามารถม้วนเก็บได้ง่าย เคลื่อนย้าย สะดวก มีน้ำหนัก ประมาณ 6 กิโลกรัม



ภาพที่ 4.4 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบรูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.5 ผลิตรัณฑ์ที่นอนต้นแบบรูปแบบที่ 1

ผลการประเมินผลิตรัณฑ์ที่นอนต้นแบบ รูปแบบที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินผลิตรัณฑ์ที่นอนต้นแบบ รูปแบบที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน พบว่า อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$) ในรายชื่อย่อยของการประเมิน จำนวน 10 ข้อ พบว่า เกือบทุกข้อ มีผลการประเมินในระดับดีมาก โดยมีผลการประเมินที่มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ ที่นอนมีความแน่น ไม่ยุบตัวโยนยุตใส่ที่นอน ฝีมือการเย็บที่นอน ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน และความทนทานต่อการใช้งาน ($\bar{x} = 5.00$) รองลงมาเป็นการดูแลรักษาได้ง่าย และเนื้อผ้าที่ใช้ทำที่นอน ($\bar{x} = 4.57$, และ $\bar{x} = 4.28$ ตามลำดับ) ผลการประเมินในระดับดีมีเพียง 2 ประเด็น คือ ขนาดของที่นอน และ รูปแบบสีสันทนและลวดลายของผ้าที่ใช้ทำที่นอน ($\bar{x} = 4.28$, และ $\bar{x} = 4.14$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมินที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัด เชียงใหม่ รูปแบบที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญ

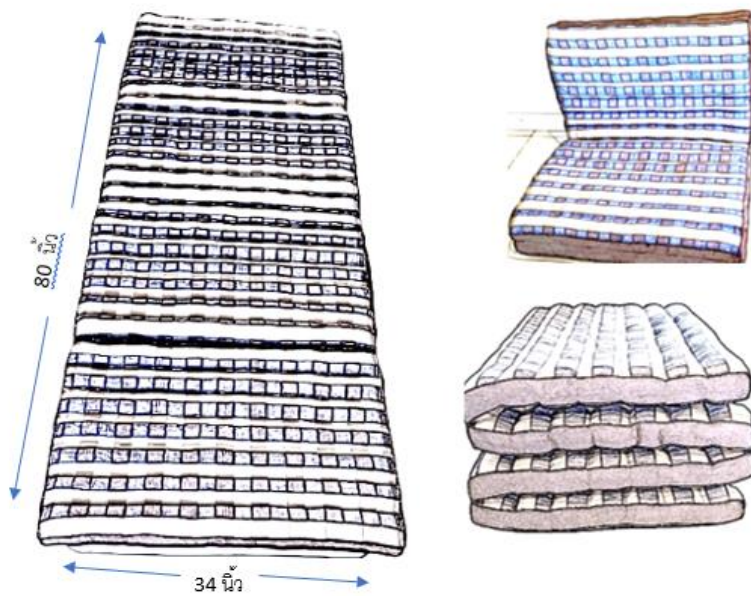
(n = 7)

ลำดับ	การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ รูปแบบที่ 1	\bar{x}	S.D.	ระดับ ผลการประเมิน
1	ที่นอนมีความแน่น ไม่ยุบตัว	5.00	0.00	ดีมาก
2	โยนุ่นยัดใส่ที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
3	ฝีมือการเย็บที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
4	ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน	5.00	0.00	ดีมาก
5	ความทนทานต่อการใช้งาน	5.00	0.00	ดีมาก
6	รูปทรงของที่นอน	4.57	0.53	ดีมาก
7	การดูแลรักษาได้ง่าย	4.85	0.37	ดีมาก
8	เนื้อผ้าที่ใช้ทำที่นอน	4.57	0.53	ดีมาก
9	ขนาดของที่นอน	4.28	0.48	ดี
10	รูปแบบสีล้นและลวดลายของผ้าที่ใช้ ทำที่นอน	4.14	0.37	ดี
	รวม	4.57	0.18	ดีมาก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นอน รูปแบบที่ 2

ผลิตภัณฑ์ที่นอน รูปแบบที่ 2 ได้แนวคิดจาก “สะลี” ซึ่งเป็นที่นอนที่ชาวบ้านใช้ปูนอนในชีวิตประจำวัน วัสดุสำหรับใช้พัฒนาที่นอนเป็นผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ทอลายตารางที่ยังคงเอกลักษณ์ของลายทอผ้าสำหรับเย็บที่นอนของบ้านแม่กึ่ง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ปรับสีล้นของลวดลายให้ดูสบายยิ่งขึ้นด้วยโทนสีฟ้าครามผสมผสานกับสีครีมและน้ำตาล ยัดใส่ที่นอนด้วยนุ่น

รูปแบบเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 36 นิ้ว ยาว 80 นิ้ว หนา 2 นิ้ว ลักษณะที่นอนเป็นพับ 4 ท่อน ใช้เทคนิคเย็บซ่อนตะเข็บไว้ด้านใน ขอบที่นอนโดยรอบใช้การเย็บด้วยมือแบบดั้งเดิมมีน้ำหนักประมาณ 8 กิโลกรัม ใช้งานได้อเนกประสงค์ สามารถพับเป็นเบาะนั่งพร้อมพนักพิง



ภาพที่ 4.6 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบรูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.7 ผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบรูปแบบที่ 2

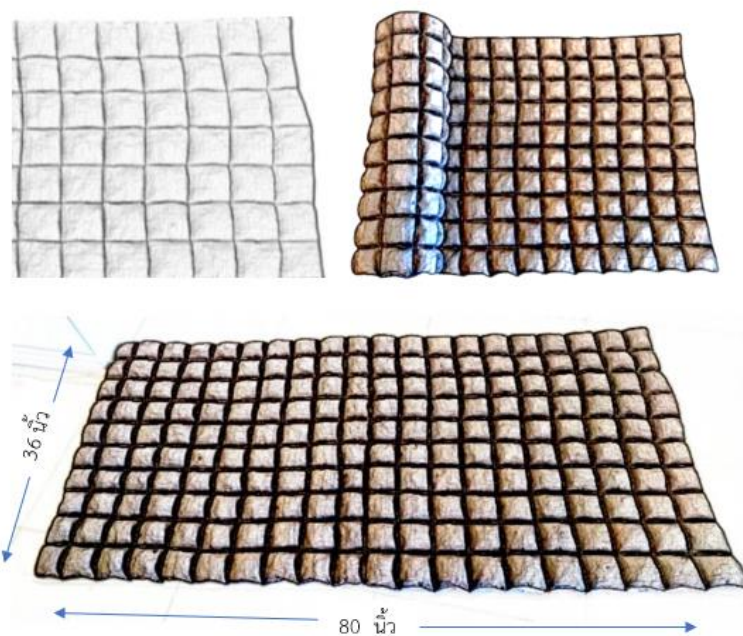
ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบ รูปแบบที่ 2 โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบ รูปแบบที่ 2 โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน พบว่า อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$) ในรายช้อย่อยของการประเมิน จำนวน 10 ข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลการประเมินในระดับดีมาก โดยมีผลการประเมินที่มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ ที่นอนมีความแน่น ไม่ยุบตัว โยนุ่นยัดไส้ที่นอน ฝีมือการเย็บที่นอน ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน ความทนทานต่อการใช้งาน เนื้อผ้าที่ใช้ทำที่นอน และรูปแบบสีสันทและลวดลายของผ้าที่ใช้ทำที่นอน ($\bar{x} = 5.00$) รองลงมาเป็นรูปทรงของที่นอน และการดูแลรักษาได้ง่าย และ ($\bar{x} = 4.71$, และ $\bar{x} = 4.57$ ตามลำดับ) ตารางที่ 4.10 ผลการประเมินที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบที่ 2 โดยผู้เชี่ยวชาญ

				(n = 7)
ลำดับ	การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ		S.D.	ระดับ ผลการประเมิน
	รูปแบบที่ 1	\bar{x}		
1	ที่นอนมีความแน่น ไม่ยุบตัว	5.00	0.00	ดีมาก
2	โยนุ่นยัดไส้ที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
3	ฝีมือการเย็บที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
4	ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน	5.00	0.00	ดีมาก
5	ความทนทานต่อการใช้งาน	5.00	0.00	ดีมาก
6	เนื้อผ้าที่ใช้ทำที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
7	รูปแบบสีสันทและลวดลายของผ้าที่ใช้ทำที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
8	รูปทรงของที่นอน	4.71	0.55	ดีมาก
9	การดูแลรักษาได้ง่าย	4.57	0.53	ดีมาก
10	ขนาดของที่นอน	4.57	0.53	ดีมาก
รวม		4.57	0.53	ดีมาก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นอน รูปแบบที่ 3

ผลิตภัณฑ์ที่นอน รูปแบบที่ 3 ได้แนวคิดจาก “สะลีหย่อง” ซึ่งเป็นที่นอนของกลุ่มชุมชนไทเขินในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคำว่า “สะลีหย่อง” เป็นภาษาพูดของท้องถิ่น หมายถึง ที่นอนทำการเย็บผูกปมด้ายซ้อนไว้เป็นช่วง ๆ เรียกว่า “การหย่องด้าย” เมื่อยัดไส้ที่นอนแล้วจะพองฟูขึ้นมาเป็นรูปสี่เหลี่ยม วัสดุสำหรับใช้พัฒนาที่นอนเป็นเศษผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติจากมะเกลือ ยัดไส้ที่นอนด้วยนุ่น รูปแบบที่นอนเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 36 นิ้ว ยาว 80 นิ้ว หนา 2 นิ้ว ใช้เทคนิคเย็บต่อเศษผ้าซ้อนตะเข็บไว้ด้านใน มีน้ำหนักประมาณ 7 กิโลกรัม ใช้งานได้เอนกประสงค์



ภาพที่ 4.8 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบรูปแบบที่ 3



ภาพที่ 4.9 ผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบรูปแบบที่ 3

ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบ รูปแบบที่ 3 โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ที่นอนต้นแบบ รูปแบบที่ 3 โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน พบว่าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$) ในรายข้อย่อยของการประเมิน จำนวน 10 ข้อ พบว่า เกือบทุกข้อ มีผลการประเมินในระดับดีมาก โดยมีผลการประเมินที่มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ ที่นอนมีความแน่น ไม่ยุบตัว โยมนูนยัดไส้ที่นอน ขนาดของที่นอน ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน ความทนทานต่อการใช้งานและ เนื้อผ้าที่ใช้ทำที่นอน ($\bar{x} = 5.00$) รองลงมาเป็นรูปทรงของที่นอน และฝีมือการเย็บที่นอน ($\bar{x} = 4.57$) ผลการประเมินในระดับดี มีเพียง 2 ข้อ คือ การดูแลรักษาได้ง่าย และรูปแบบสีสันทนและลวดลายของผ้าที่ใช้ทำที่นอน ($\bar{x} = 4.28$)

ตารางที่ 4.11 ผลการประเมินที่นอนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านในอำเภอสันป่าตอง จังหวัด เชียงใหม่ รูปแบบที่ 3 โดยผู้เชี่ยวชาญ

(n = 7)

ลำดับ	การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ รูปแบบที่ 1	\bar{x}	S.D.	ระดับ ผลการประเมิน
1	ที่นอนมีความแน่น ไม่ยุบตัว	5.00	0.00	ดีมาก
2	โยนุ่นยืดใส่ที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
3	ขนาดของที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
4	ความสะดวกสบายต่อการใช้งาน	5.00	0.00	ดีมาก
5	ความทนทานต่อการใช้งาน	5.00	0.00	ดีมาก
6	เนื้อผ้าที่ใช้ทำที่นอน	5.00	0.00	ดีมาก
7	รูปทรงของที่นอน	4.57	0.53	ดีมาก
8	ฝีมือการเย็บที่นอน	4.57	0.53	ดีมาก
9	การดูแลรักษาได้ง่าย	4.28	0.48	ดี
10	รูปแบบสีสันทและลวดลายของผ้าที่ใช้ ทำที่นอน	4.28	0.75	ดี
	รวม	4.57	0.53	ดีมาก