



การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว

วรรณรัตน์ ไชยวงศ์

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 11 กรกฎาคม 2564

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 23 กรกฎาคม 2564

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 3 กันยายน 2564

นพมาศ ใจเปี้ย

กรรณิการ์ ยศบุญสุข

ธัญญาลักษณ์ จันทร

เยาวชนผู้ร่วมพัฒนา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากกะลามะพร้าว จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวที่ผู้ศึกษาได้ทำการพัฒนา ได้แก่ กระเป๋ากะลามะพร้าว แบ่งเป็น 2 แบบ ได้แก่ รูปแบบกระเป๋าสาน ซึ่งออกแบบให้มีความแปลกใหม่ ทำให้มีรูปทรงที่ต่างจากกระเป๋แบบเดิม และรูปแบบกระเป๋าสะพาย มีการเพิ่มความใหม่ให้กับกระเป๋ด้วยการออกแบบกระดุมจากกะลาเป็นรูปทรงหกเหลี่ยม 2) พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว พบว่า กระเป๋าสะพายเป็นรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 และเหตุผลในการเลือกกระเป๋ามากที่สุด คือ เนื่องจากชื่นชอบรูปแบบของกระเป๋ที่มีความแปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 55.00 ปัจจัยหลักในการพิจารณาการซื้อ คือ ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 41.50 โดยราคาของกระเป๋ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ ราคาที่ต่ำกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 75.00 และส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 69.00 และ 3) ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.78$)

คำสำคัญ: กระเป๋ากะลามะพร้าว ความพึงพอใจ พฤติกรรมของผู้บริโภค



Development of the Coconut Shell Processing Products

Wanthanarat Chaiwong

*Lecturer, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Rai Campus*

Nopphamas Jaipia

Kannika Yodboonsook

Thanyalak Jan

Youth Volunteers in Research Development

Received: 11 July 2021

Revised: 23 July 2021

Accepted: 3 September 2021

Abstract

This research aims to develop and design the coconut shell processing products and to study customer behavior and customer satisfaction on the coconut shell processing products. Two hundred samples were selected using purposive sampling, who were interest the coconut shell processing products. The online questionnaire was the main instrument for collecting data. The results of the research were as follows: 1) development of the coconut shell processing products was a bag from coconut shell buttons, divided into 2 types. The first type was a handbag, it's new design and the shape was different from the original bag. The second one was a shoulder bags, its new design and coconut shell buttons was designed hexagonal. 2) customer behavior on the coconut shell processing products, most favorite of the coconut shell processing products was a shoulder bags (65%). The unique of the bag style and new style was a reason for choosing (55%). The factor to consider when the customers buying were price (41.5%), a price of less than 300 baht were a favorite price (75%), and most favorite of the purchase channel was online shopping (69%). 3) customer satisfaction on the coconut shell processing products overall, is at a high level ($\bar{x} = 3.83$). If considered in the article about the customer satisfaction, the purchase price is at a high level ($\bar{x} = 3.87$), and the product is at a high level ($\bar{x} = 3.78$).

Keywords: Coconut Shell Processing Products, Customer Satisfaction, Customer Behavior



บทนำ

กะลา เป็นไม้มะพร้าวเนื้อแข็งบางเป็นวัสดุที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์และประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพื่อช่วยให้เกิดความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันมาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ ซึ่งในปัจจุบันนี้กะลามะพร้าว ได้ถูกนำมาสร้างสรรค์เป็นงานหัตถกรรมหลากหลายรูปแบบเนื่องจากกะลามะพร้าวเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า อีกทั้งกะลามะพร้าว ยังมีลวดลาย ความงามตามธรรมชาติ มีรูปแบบเฉพาะที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทยและภูมิปัญญาของคนไทย โดยในขณะนี้ทั่วโลกต้องการวัสดุจากธรรมชาติมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงสารพิษจากวัสดุสังเคราะห์ ทำให้งานหัตถกรรมจากกะลามะพร้าวจึงเป็นงานที่ได้รับความสนใจค่อนข้างมาก จึงทำให้มีกลุ่มหัตถกรรมกะลามะพร้าวเกิดขึ้นมากมายหลายกลุ่มด้วยกัน (ระวีวรรณ โพธิ์วัง, 2559)

ปัจจุบันกะลามะพร้าวถูกแปรรูปออกเป็นของใช้ในหลายๆอย่างที่ทำให้เข้ากับสมัยในปัจจุบันนี้ และเพิ่มความน่าสนใจใส่ลงไปให้ตัวของกะลามะพร้าว จึงทำให้คนปัจจุบันนี้สนใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมากขึ้น ซึ่งทำให้สินค้าที่ทำมาจากมะพร้าวเหล่านี้ขายดีมาก (อรอนงค์ ทองปานดี และคณะ, 2560) เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากกะลามะพร้าวที่มีการพัฒนารูปแบบ โครงสร้าง และลวดลายการตกแต่งที่สวยงามประณีต อีกทั้งยังสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาได้เรื่อยๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากกะลามะพร้าวมีลักษณะเฉพาะเนื่องจากมะพร้าวแต่ละลูกจะมีลวดลายที่สวยงามแตกต่างกันไป (จุฑามาศ ดอนอ่อนเป้า, จิรวัฒน์ พิระสันต์ และนิรัช สุตสังข์, 2554)

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของรูปแบบตามความพึงพอใจ ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคเสมอ ทางคณะผู้ศึกษาสนใจศึกษาการนำกะลามะพร้าวมาทำเป็นกระเป๋านี้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่นำกะลามะพร้าวมาแปรรูปเป็นกระเป๋ากะลามะพร้าวที่มีอยู่มีรูปแบบและรูปทรงที่คล้ายๆกัน ไม่มีความแปลกใหม่ ผู้ศึกษาจึงสนใจในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่นำกะลามะพร้าวมาแปรรูปเป็นกระเป๋ารูปแบบเดิมเพื่อเพิ่มมูลค่าของกระเป๋ากะลามะพร้าวให้มีความแตกต่างจากรูปทรงแบบกระเป๋ามีอยู่ทั่วไป ให้เป็นรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและงานฝีมือในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของไทยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเป็นอย่างมากเพื่อที่จะพัฒนารูปแบบและคุณภาพให้ดีขึ้นและค่อนข้างจะจำกัดความได้ยาก โดยรวมคือเพื่อให้สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยพื้นฐานมนุษย์ต้องการสิ่งที่ดีขึ้นตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นด้านใด ต้องการความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ ต้องการความแตกต่าง ความเร็ว ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือความน่าสนใจ ทั้งนี้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านสามารถพัฒนาได้ในหลายด้านหากคุณภาพสินค้าดีอยู่แล้ว ผู้ประกอบการอาจตรวจดูรูปลักษณ์ภายนอก การจับถนัดมือ สีสน ขนาด การพัฒนาหรือทำให้ดีขึ้น (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2545)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่มีใครเคยนำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง 2) ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาดทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น และ 3) ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ ในท้องตลาดเกิดจากการที่กิจการเห็นว่าผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก ทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูง (McCathy & Pereault, Jr., 1991)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว พบว่ามีนักวิชาการที่ศึกษาหลายท่าน อาทิเช่น ปิติพงษ์ เมษสุวรรณ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวชอบสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน โดยเฉพาะโคมไฟและเครื่องประดับ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวชาวไทยจะชอบความเป็นธรรมชาติของกะลามะพร้าวรูปแบบร่วมสมัยและความสวยงาม ส่วนชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความมีศิลปะ และเอกลักษณ์พื้นบ้าน ซึ่งเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าในภาพรวมที่เด่นที่สุด คือผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวเป็นสินค้าจากธรรมชาติ (ร้อยละ 28.80) รองลงมาคือ



การซื้อเป็นของฝาก(ร้อยละ 26.90) ส่วนอุปสร อีซอ และคณะ (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่าจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป เริ่มจากการศึกษาภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญเดิมซึ่งได้แก่ การตัดเจาะแปรรูปกะลามะพร้าว เมื่อผนวกกับอัตลักษณ์ธุรกิจที่เน้นใช้วัตถุดิบอันผสมผสานกับกะลาดังกล่าวจึงนำมาสู่ไอเดียการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้มกลัด โดยออกแบบจัดทำเป็นรูปใบไม้ในท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบกะลาตัดเจาะเป็นรูปใบไม้ ผสมผสานกับเชือกเทียนที่ถักเป็นรูปใบไม้วางซ้อนทับบนกะลาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะผูกติดกับเข็มกลัดพร้อมใช้งาน ซึ่งได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายีนค่า และบรรจุภัณฑ์ ก่อให้เกิดรายได้เพิ่ม 20% จาก 10,000 บาท เป็น 12,000 บาทต่อเดือน

วิธีการศึกษา

การศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากกะลามะพร้าว

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากกะลามะพร้าว จำนวน 200 คน วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มประชากร ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีขนาดไม่แน่นอน (ประคอง กรรณสูตร, 2538) ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกได้แก่ 1) เป็นผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากกะลามะพร้าว 2) สามารถตอบแบบสอบถามบนช่องทางออนไลน์ได้ และ 3) มีความเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการศึกษา แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋จากกะลามะพร้าว โดยมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้ 1) ความถี่ในการซื้อกระเป๋ 2) จำนวนกระเป๋ที่ซื้อแต่ละครั้ง 3) ปัจจัยหลักในการพิจารณาการซื้อ 4) ราคาของกระเป๋ที่เลือกซื้อ 5) ช่องทางการซื้อ 6) รูปแบบกระเป๋ที่ชอบ และ 7) เหตุผลในการเลือกกระเป๋ในข้อที่ 6

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าวใน 2 คือด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ซึ่งเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคอร์ต (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลตามเกณฑ์ประเมินของบุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.51 – 5.00	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนระหว่าง 3.51 – 4.50	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
คะแนนระหว่าง 2.51 – 3.50	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 1.51 – 2.50	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.50	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษานำแนวคำถามในแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ในการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ พบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.50 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวารสาร หนังสือ อินเทอร์เน็ต เอกสารที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ศึกษาได้มีข้อมูล ความรู้ และฐานคิดเบื้องต้นเป็นเครื่องมือ นำทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว และการสร้างแนวคำถามในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว

5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว

5.1 นำรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ และวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าวที่ได้มาจากข้อมูลทุติยภูมิ มาประชุมระดมสมองในกลุ่มผู้ศึกษา โดยทำการเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวที่ทางกลุ่มผู้ศึกษาเห็นร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะลามะพร้าว

5.2 การวางแผนและออกแบบกระเป๋ากะลามะพร้าว โดยมีวัตถุประสงค์ของการออกแบบคือ ต้องการความแปลกใหม่ที่ไม่ซ้ำกับแบบเดิมที่มีอยู่ และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับ



กะลามะพร้าวและกระเป่า รวมถึงการผสมผสานความทันสมัยกับภูมิปัญญาที่มีแต่ดั้งเดิม สามารถใช้งานได้จริง ขยายในราคาที่จับต้องได้ และสามารถใช้ได้หลายโอกาสในชีวิตประจำวัน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าจากกะลามะพร้าว ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าจากกะลามะพร้าว ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

การศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล ได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว

จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากกะลามะพร้าวที่ผู้ศึกษาได้ทำการพัฒนา ได้แก่ กระเป่ากระดุมจากกะลามะพร้าว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งนี้ได้ทำการออกแบบใหม่ในด้านของรูปแบบกระเป่า ผลจากการพัฒนาทำให้ได้รูปแบบกระเป่ากระดุมจากกะลามะพร้าว 2 แบบ ได้แก่ 1) รูปแบบกระเป่าถี้อ ซึ่งออกแบบให้มีความแปลกใหม่ โดยมีสายคล้องของกระเป่าที่ไม่เท่ากันจะเป็นสายกระเป่าที่ข้างหนึ่งจะมีสายสั้นและอีกข้างหนึ่งจะมีสายที่ยาว การใช้งานโดยนำสายที่สั้นมาคล้องกับสายที่ยาว ทำให้กระเป่ากระดุมจากกะลามะพร้าวมีรูปทรงที่ต่างจากกระเป่าแบบเดิม 2) รูปแบบกระเป่าสะพาย ลักษณะรูปทรงกระเป่าสี่เหลี่ยม มีการเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับกระเป่า โดยออกแบบกระดุมจากกะลาที่ใช้เป็นองค์ประกอบของกระเป่าให้เป็นรูปทรงหกเหลี่ยม ทำให้กระเป่าสะพาย มีความแตกต่างจากของเดิม เนื่องจากกระเป่าสะพายแบบเดิมนิยมใช้กระดุมจากกะลาที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมในการทำกระเป่า ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปทรงกระดุมจากกะลาที่ใช้เป็นองค์ประกอบของกระเป่าให้เป็นรูปทรงหกเหลี่ยมทำให้กระเป่ามีความแปลกใหม่ เป็นที่สนใจของผู้บริโภค รวมถึงเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับกะลาและกระเป่า เป็นการผสมผสานความทันสมัยกับภูมิปัญญาที่มีแต่ดั้งเดิม แต่ยังคงอัตลักษณ์ของความเป็นไทยทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าจากกะลามะพร้าว



2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.00 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ อายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00 และน้อยที่สุดคือ อายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 22.00 มีสถานะภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาได้แก่ การสมรส คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00

2.2 ผลการศึกษพฤติกรรมการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว

ตารางที่ 1 การแจกแจงความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1. ความถี่ในการซื้อกระป๋อง		
1.1 หนึ่งครั้งต่อเดือน	103	51.50
1.2 สองครั้งต่อเดือน	52	26.00
1.3 ไม่ซื้อเลย	45	22.50
2. จำนวนกระป๋องที่ซื้อแต่ละครั้ง		
2.1 จำนวน 1 ชิ้น	168	84.00
2.2 จำนวน 2 ชิ้น	30	15.00
2.3 จำนวนมากกว่า 2 ชิ้นขึ้นไป	2	01.00
3. ปัจจัยหลักในการพิจารณาการซื้อ		
3.1 คุณภาพของสินค้า	66	33.00
3.2 ตามกระแสความนิยม	51	25.50
3.3 ราคา	83	41.50
4. ราคาของกระป๋องที่เลือกซื้อ		
4.1 ราคาต่ำกว่า 300 บาท	150	75.00
4.2 ราคา 301-500 บาท	28	14.00
4.3 ราคาสูงกว่า 500 บาท	22	11.00



รายการ	ความถี่	ร้อยละ
5. ช่องทางการซื้อ		
5.1 การเลือกซื้อสินค้าหน้าร้าน	62	31.00
5.2 การเลือกซื้อสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย	0	00.00
5.3 การเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์	138	69.00
6. รูปแบบกระเป๋าที่ชอบ		
6.1 กระเป๋าถือ	70	35.00
6.2 กระเป๋าสะพาย	130	65.00
7. เหตุผลในการเลือกกระเป๋าในข้อที่ 6		
7.1 รูปแบบของกระเป๋ามีความแปลกใหม่	110	55.00
7.2 รูปแบบสวยงาม	55	27.50
7.3 สามารถใช้ได้หลายโอกาส	35	17.50

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการซื้อกระเป๋าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา ได้แก่ ไม่ซื้อเลย คิดเป็นร้อยละ 22.50 จำนวนกระเป๋าคือซื้อแต่ละครั้งพบว่า ส่วนใหญ่การซื้อกระเป๋าในแต่ละครั้งจะซื้อจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.00 ส่วนปัจจัยหลักในการพิจารณาการซื้อ พบว่า ปัจจัยหลักในการพิจารณาการซื้อของลูกค้ายอดนิยมที่สุด คือ ราคา คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา ได้แก่ คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 33.00 ด้านราคาของกระเป๋าคือเลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อกระเป๋าในราคาที่ต่ำกว่า 300 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา ได้แก่ ราคา 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.00 ซึ่งส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.00 และการเลือกซื้อหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.00

เมื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกกระเป๋าคือทางผู้ศึกษาออกแบบและพัฒนาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบกระเป๋าสะพายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 และกระเป๋าถือคิดเป็นร้อยละ 35.00 โดยมีเหตุผลในการเลือกกระเป๋าเนื่องจากชื่นชอบรูปแบบของกระเป๋าคือมีความแปลกใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาได้แก่ สามารถใช้ได้หลายโอกาส คิดเป็นร้อยละ 17.50

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าวในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.78	0.76	มาก
2. ด้านราคา	3.87	0.60	มาก
รวม	3.83	0.68	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าวในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.78$)

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบของกระเป๋ามีความแตกต่างและทันสมัย	3.59	1.19	มาก
2. มีความหลากหลายของรูปทรงของกระเป๋า	3.56	0.72	มาก
3. ลวดลายของกระเป๋ามีหลายแบบให้เลือก	3.35	0.86	ปานกลาง
4. มีการออกแบบที่สามารถใช้ได้หลายโอกาส	4.26	0.75	มาก
5. การออกแบบมีความสวยงาม	3.89	0.61	มาก
6. กระเป๋ามีความแข็งแรง ทนทาน	3.96	0.58	มาก
7. ขนาดของกระเป๋าเหมาะกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน	3.67	0.79	มาก
8. ความสะดวกในการใช้งานของกระเป๋า	3.97	0.58	มาก
รวม	3.78	0.76	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าแปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าวในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นแต่ละรายการ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สามอันดับแรก ได้แก่ การออกแบบที่สามารถใช้ได้หลายโอกาส ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ ความสะดวกในการใช้งานของกระเป๋า ($\bar{X} = 3.97$) กระเป๋ามีความแข็งแรงทนทาน ($\bar{X} = 3.96$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ลวดลายของกระเป๋ามีหลายแบบให้เลือก ($\bar{X} = 3.35$)



ตารางที่ 4 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.80	0.62	มาก
2. มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า	3.97	0.54	มาก
3. มีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ	3.85	0.64	มาก
รวม	3.87	0.60	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากกะลามะพร้าวในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ มีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.85$) และราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

การศึกษการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวสามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวที่ผู้ศึกษาได้ทำการพัฒนา ได้แก่ กระเป๋ากะดุมจากกะลามะพร้าว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว โดยออกแบบใหม่ในรูปแบบกระเป๋ แบ่งเป็น 2 แบบ ได้แก่ 1) รูปแบบกระเป๋าทู ซึ่งออกแบบให้มีความแปลกใหม่ ทำให้กระเป๋ากะดุมจากกะลามะพร้าวมีรูปทรงที่ต่างจากกระเป๋แบบเดิม และ 2) รูปแบบกระเป๋าสพาย มีการเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับกระเป๋ด้วยการออกแบบกะดุมจากกะลาที่ใช้เป็นองค์ประกอบของกระเป๋ให้เป็นรูปทรงหกเหลี่ยม จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวใหม่ โดยใช้รูปแบบเดิมที่มีอยู่แล้วเป็นฐานในการต่อยอด ทำให้ผลิตภัณฑ์กระเป๋ามีความแปลกใหม่กว่าเดิมเป็นที่สะดุดตาและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการผสมผสานความทันสมัยกับภูมิปัญญาที่มีแต่ดั้งเดิม ซึ่งยังคงอัตลักษณ์ของความ เป็นไทยสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน จึงเป็นวิธีการในการเพิ่มมูลค่าให้กับกะลาและกระเป๋ได้ สอดคล้องกับ Mccathy & Pereault, Jr. (1991) ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีแนวคิดใหม่ๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือที่มีอยู่แล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สินค้า โดยจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเกิดความ พึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าให้มากที่สุด และยังสอดคล้องกับอัปสร อีซอ และคณะ (2562)

ที่ทำการศึกษาศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เป็น เข้มกลัด ซึ่งเป็นการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยจัดทำเป็นรูปใบไม้ในท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น เนื่องจากไม่มีคู่แข่ง รายใดที่จัดทำเข้มกลัดจากผลิตภัณฑ์กะลามาก่อน

2. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83) โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.87) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.78) ซึ่งหาก พิจารณารายละเอียดในด้านราคาพบว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าวมีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า มีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ และราคา มีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าจากผลการศึกษาสามารถอภิปรายได้ว่า ในยุคปัจจุบันราคาของผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนที่จะมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การที่ ผลิตภัณฑ์ มีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการเลือกซื้อตามราคาที่เหมาะสมสามารถ ซื้อได้ และการขายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าในปัจจุบันช่องทางออนไลน์ถือเป็นช่องทางที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคนิยมใช้เป็น ช่องทางการขายสินค้า ดังนั้นหากมีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อได้มากขึ้น จึง ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว ในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ซึ่ง สอดคล้องกับชนิตา เสถียรโชค (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์บน Lazada พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา กระบวนการ และความหลากหลายของ สินค้าหรือร้านค้ามีผลกับความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada มากที่สุด เนื่องจาก มีร้านค้าหรือสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้ซื้อในราคาที่เหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า และถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่น และยังสอดคล้องกับจาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา (2559) ที่ ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจของร้านขนมไทยในด้านราคาอยู่ในระดับมาก เนื่องด้วยการตั้งราคาเหมาะสมกับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ขนมไทย มีการแสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจนอีกทั้งการตั้งราคายังเหมาะสมกับ ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์โดยมีความเหมาะสมของราคาและมีความหลากหลายของระดับราคาให้เลือก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปกะลามะพร้าว ให้ มีความโดดเด่น และเพิ่มอัตรากำลังในการผลิตมากขึ้น
2. ควรเพิ่มการศึกษาศึกษาส่งเสริมให้เยาวชนและคนในชุมชนมีความรู้ในการอนุรักษ์ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปกะลามะพร้าว รวมถึงการหาแนวทางในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูป กะลามะพร้าวให้มีความแปลกใหม่ และมีประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุฑามาศ ดอนอ่อนเป้า, จิรวัดน์ พิระสันต์ และนิรัช สุดสังข์. (2554). **การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับของกลุ่มหัตถกรรมกะลามะพร้าว บ้านสวนหอม อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย**. วารสารวิชาการ AJNU, 2(1), 23-38.
- ชนิดา เสถียรโชค. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- ประคอง กรรณสูตร. (2538). **สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปติพงษ์ เมษสุวรรณ. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2545). **วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ระวีวรรณ โพธิ์วัง. (2559 กรกฎาคม 1). **การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว**. แหล่งที่มา <https://mintnut555.wordpress.com/> ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว/.
- อัปสร อีซอ และคณะ. (2562). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 14(3), 417-423.
- อรอนงค์ ทองปานดี และคณะ. (2560). **การศึกษากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวกรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมกะลามะพร้าว บ้านคอกวัว หมู่ที่1 ตำบลชัยบุรีอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง**. วารสาร มหาคุพานาครุศาสตร์, 4(1), 100-112.
- Mccathy & Pereault, Jr. (1991). **Basic Marketing**. New York : Mc Graw-Hill.