

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว้า จังหวัดขอนแก่น

Design and Development The Woven Sedge Bag Product for The Ar-Cheep Satri Ban-wa group, Khon Kaen Province.

คมเวต เพ็ชรรัตน์^{1*} มยุรี เรืองสมบัติ¹ และอุทัยวรรณ ประสงค์เวิน¹

¹อาจารย์ สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

**Khomkhate Pedcharat^{1*} Mayuree Ruengsombat¹
and Uthaiwan Prasonggoen¹**

¹Lecturer, Industrial Product Design Program, Faculty of Architecture and Design,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Dusit District, Bangkok, Thailand 10300

*Email: khomkhate.p@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋า จักสานจากต้นกก ของ
กลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว้า จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวต่างถิ่น 50 คน และคนในท้องถิ่น 50 คน ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋า
จักสานจากต้นกก ของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว้า จังหวัดขอนแก่น เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามความต้องการด้านต่าง ๆ
ของกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .930 วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าฐานนิยม เพื่อประเมิน
ความพึงพอใจด้านการใช้งานและด้านการตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกก ทั้งขั้นตอนการประเมินทางเลือก
และขั้นตอนการประเมินเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่กับรูปแบบเดิม โดยแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ มีค่า
ความเชื่อมั่น เท่ากับ .830 และ .784 ตามลำดับ วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐาน
ด้วยสถิติ t-test ชนิด Dependent sample

ผลการวิจัยสรุปว่า 1) ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกกมีทั้งหมด 3 แนวทาง
คือ แนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง และเพื่อน แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว
แนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านาย และผู้ใหญ่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในแนวทางที่ 2 มากที่สุด
2) กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกกแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การออกแบบผลิตภัณฑ์, กระเป๋าจักสาน, ต้นกก, จังหวัดขอนแก่น

Abstract

The purposes of this research were to Guidelines for design and development of the woven sedge bag product of the Ar-cheep Satri Ban-wa group, Khon Kaen province.

Sample group in research is foreign tourists 50 people and Local people 50 people. Wants to buy the products from the Ar-cheep Satri Ban-wa group, Khon Kaen province. Tool used in research is a questionnaire want side different of the target audience have confidence equal to .930 statistical analysis was performed by percentage. Average mode and questionnaire to evaluate satisfaction in the field of use and in marketing of the woven sedge bag product in the process evaluation choice and in the evaluation process, compare with the original souvenirs by the questionnaire 2 copies have confidence equal to .830 and .784 respectively. Statistical analysis was performed by means of percentage mean and test the hypothesis with the t-test statistic for dependent sample.

The research concludes that: 1) There are 3 approaches to designing the bag from sedge woven product: the first approach is suitable for buying for relatives, siblings and friends, the second approach is suitable for buying for family members, and the third approach is suitable for buying for bosses and elders. The target group was most satisfied in the second approach. 2) The producer group and the target group were more satisfied with the new type of the woven sedge bag product than the old one in all aspects at a statistically significant level at .05 in terms of use and marketing.

Keywords: Product Design, Woven Bag, Sedge, Khon Kaen Province

Received: August 26, 2021; **Revised:** December 19, 2021; **Accepted:** December 23, 2021

1. บทนำ

ต้นกก (ชื่อทางวิทยาศาสตร์: Cyperaceae) เป็นพืชล้มลุกที่มีลักษณะคล้ายต้นหญ้า สามารถพบกระจายอยู่ได้ทั่วโลก ประมาณ 4,000 ชนิด ลักษณะต้นคล้ายกับต้นหญ้า แต่มีลักษณะที่แตกต่างกัน คือ ต้นกกมีลำต้นตัน (Solid) และเป็นสามเหลี่ยม (Three-angled) บางชนิดมีผนังกันเป็นห้อง (Septate) ต้นกกสามารถเติบโตได้ดีในพื้นที่ชื้นและ เช่น หนอง บึง คูน้ำ และพื้นที่โคลนเลน เป็นต้น ประโยชน์ของต้นกกนั้น สามารถนำมาผลิตเป็นอาหาร ยารักษาโรค ประดับตกแต่งสวน และใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตงานหัตถกรรมจักสาน เช่น เสื่อ ทำกระจาด กระเช้า หมวก กระเป๋า เป็นต้น (วิกิพีเดีย, 2560; สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย, 2560)

จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองที่มีความสำคัญในฐานะเมืองท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดขอนแก่นตั้งอยู่บนพื้นที่ราบสูง มีลุ่มน้ำหลักสองแห่ง คือ ลุ่มน้ำมูลและลุ่มน้ำชี นอกจากนี้ภายในจังหวัดยังประกอบด้วยแหล่งน้ำสำคัญหลายแห่ง เช่น เขื่อนอุบลรัตน์ ลำน้ำพอง ลำน้ำชี ลำน้ำเชิญ บึงแก่นนคร บึงหนองโคตร แก่งน้ำต้อน คลองยาง คลองเหิน คลองใหญ่ และคลองหัวัว เป็นต้น จากลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ จังหวัดขอนแก่นที่มีแหล่งน้ำอำนวยต่อการทำเกษตรกรรมและงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ผ้าทอ เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2555)

กลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว่า ตั้งอยู่ใกล้กับแก่งน้ำต้อนทางทิศตะวันตกของเมืองขอนแก่น โดยมีนางบุญจันทร์ ไชยลา เป็นประธานจัดตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2542 เริ่มต้นโดยการร่วมระดมทุนจากสมาชิกจำนวน 15 คน คนละ 50 บาท เพื่อเป็นต้นทุนในการผลิตงานหัตถกรรมจักสานจากต้นกก เช่น กระติบข้าว และภาชนะต่าง ๆ ภายใต้ชื่อ “กลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว่า” ตามนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้ทุกตำบลผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) พึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ และ 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (ของดีบ้านเฮา, 2560)



ภาพที่ 1 พื้นที่ผลิตของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย จังหวัดขอนแก่น

ปัจจุบันกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วยมีสมาชิกประมาณ 76 คน และจากการศึกษาสภาพปัญหาทั่วไปของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย พบว่าผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิมไม่ได้รับการพัฒนาด้านการออกแบบจากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งมีเอกลักษณ์ที่เด่นชัด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยสังเกตจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดปัจจุบัน เป็นรูปแบบที่ผลิตซ้ำกันมาเป็นระยะเวลานานและไม่มีรูปแบบใหม่ เช่น กระติบข้าว ตะกร้า แจกันดอกไม้ กระเป๋าทูว โคมไฟ ที่รองแก้ว และถาดผลไม้ เป็นต้น (บุญจันทร์ ไชยลา, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2559)



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่ากลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วยมีทักษะฝีมือดีในการผลิตหัตถกรรมจักสานจากต้นกกที่ประณีตและคุณภาพดี หากได้รับการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสอดคล้องกับหลักคิดพื้นฐานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน 3 ประการ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) การพึ่งตนเอง และ 3) การคิดอย่างสร้างสรรค์ โดยผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นนั้น จะต้องผลิตจากวัตถุดิบภายในท้องถิ่นกระบวนการผลิตรักษาสิ่งแวดล้อม การออกแบบที่สามารถประยุกต์ใช้เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาประจำท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานต้นกก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย ตำบลบ้านห้วย อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

3. วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสำรวจภาคสนามในพื้นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหัตถกรรมจักสานต้นกกของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย ตำบลบ้านห้วย อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วยให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าของฝากและสภาพการจำหน่าย โดยการบันทึกภาพและการจดบันทึก (Survey studies) ประกอบการสอบถามข้อมูลจากผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าของฝากและผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยใช้เครื่องมือวิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) และแบบสอบถาม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวต่างถิ่น และคนในท้องถิ่น มาวิเคราะห์หาร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้ 2) นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของสินค้าของฝาก ผลิตภัณฑ์ของฝาก และความต้องการของผู้จำหน่ายมาสรุปและแปรผลโดยการบรรยาย

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย ตำบลบ้านห้วย อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถามความพึงพอใจต่อผลงานการออกแบบ (Sketch Design) ของกลุ่มตัวอย่าง (Sample group) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวน 50 คน และคนในท้องถิ่นจำนวน 50 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในครั้งที่ 1 และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในครั้งที่ 2 เพื่อการประเมินผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทั้ง 3 ทางเลือก มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบใหม่ภายหลังการพัฒนาและจัดสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) เพื่อใช้เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบเดิม จากกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มตัวอย่าง (Sample group) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์แปรรูป รูปแบบเดิม ของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย อธิบายเปรียบเทียบด้วยค่าสถิติ t-test ชนิด Dependent sample และแปรผลโดยการบรรยาย

4. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกระเป๋าจักสานจากต้นกกของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว่า ตำบลบ้านหว่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยวิธีการสำรวจในพื้นที่วิจัย พบว่า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของฝากที่ผลิตและจำหน่ายภายในกลุ่ม สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า ได้แก่ กระเป๋าถือ และสะพาย 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทกล่อง ได้แก่ กล่องกระดาษชำระ และ 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้าน ได้แก่ แจกกันที่รองจานและที่รองแก้ว

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เกี่ยวข้องในการวิจัย ประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิตสินค้า และกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้าทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่น พบว่า 1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายมีทั้งเพศชายและเพศหญิงในปริมาณไม่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่เป็นวัยผู้ใหญ่ วัยทำงาน โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว รับราชการ มีรายได้ค่อนข้างสูง การศึกษาในระดับปริญญาตรี 2) วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปใช้เองและเป็นของฝาก โดยนิยมซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋ามากที่สุด และจำนวนการซื้อเฉลี่ย 2-5 ชิ้น 3) ความต้องการของผู้จำหน่ายสินค้าของฝาก พบว่าต้องพัฒนาด้านงานออกแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ ให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อกระบวนการผลิต และเครื่องมือในระดับพื้นฐาน โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมคือ กระเป๋าที่มีขนาดกะทัดรัด สามารถนำพาโดยการหิ้วและสะพายได้สะดวก

ผลการจัดลำดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋า มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าทั้ง 3 แนวทาง 1) เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง เพื่อน 2) เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว และ 3) เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านาย ผู้ใหญ่ที่นับถือ โดยพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่มีคุณลักษณะสำคัญด้านการใช้งาน คือ 1) ขนาดและรูปแบบที่สามารถหิ้ว นำพาได้สะดวก 2) มอบเป็นของฝากที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์ และ 3) สามารถใช้งานได้สะดวก ส่วนความต้องการด้านการตลาด พบว่า 1) ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) ความสวยงาม และ 3) ภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลจากการศึกษาความต้องการของผู้เกี่ยวข้องในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกกของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว่า สู่ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของฝากสำหรับกระเป๋าจักสานจากต้นกกของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว่า ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด สามารถนำผลสรุปแนวคิดและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ มาใช้ในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ทางเลือก ดังต่อไปนี้

1) ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง ลักษณะเด่นของผลงาน คือ เป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่มีขนาดใหญ่ สายสามารถใช้ได้ 2 แบบ หิ้ว สะพาย เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าและความสวยงาม ตรงตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ



ภาพที่ 3 ผลงานการออกแบบกระเป๋าจักสานจากต้นกก แนวทางที่ 1

2) ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัว ลักษณะเด่นของผลงานคือ เป็นผลิตภัณฑ์ผสมระหว่างเสื่อกกกับผ้าตาข่าย มีรูปแบบร่วมสมัย ขนาดกะทัดรัด ใส่สินค้าสะดวกและความสวยงามในระดับมาก



ภาพที่ 4 ผลงานการออกแบบกระเป๋าจักสานจากต้นกก แนวทางที่ 2

3) ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์แนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับการซื้อฝากฝากเจ้านาย ผู้ใหญ่ที่นับถือ โดยลักษณะเด่นของผลงานคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถพับเก็บได้ มีรูปแบบร่วมสมัย ขนาดกะทัดรัด ใส่สินค้าสะดวกและความสวยงามในระดับปานกลาง



ภาพที่ 5 ผลงานการออกแบบกระเป๋าจักสานจากต้นกก แนวทางที่ 3

จากการพิจารณาผลิตภัณฑ์กระเป๋าทั้ง 3 แนวทาง โดยการใช้หุ่นจำลอง (Model study) กับกลุ่มตัวอย่าง (Sample group) ซึ่งสุ่มมาจากกลุ่มเป้าหมาย (Target group) ในการจำหน่ายซื้อสินค้า จำนวน 100 คน โดยแบ่งเป็นคนในท้องถิ่นจำนวน 50 คน และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น จำนวน 50 คน พิจารณาถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่สามารถเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าปริมาณการเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ทางเลือกของกลุ่มตัวอย่าง

การจำแนกประเภท		กลุ่มตัวอย่าง n=100	แนวทางการออกแบบ (%)		
			1	2	3
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		100	34	35	31
สถานะภาพ	คนในท้องถิ่น	50	17	18	15
	นักท่องเที่ยวต่างถิ่น	50	17	17	16
เพศ	ชาย	36	12	13	11
	หญิง	64	22	21	21
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	49	16	17	16
	30-40 ปี	35	11	12	12
	41-50 ปี	4	1	2	1
	51 ปีขึ้นไป	-	-	-	-
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	3	2	1	-
	ข้าราชการ	24	8	9	7
	รัฐวิสาหกิจ	7	2	3	2
	พนักงานบริษัท	44	14	15	15
	ประกอบธุรกิจ	22	7	7	8
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	6	6	6
	10,000-20,000 บาท	29	10	10	9
	20,001-30,000 บาท	31	11	10	10
	30,000 บาทขึ้นไป	22	7	9	6
ระดับการศึกษา	ม.6 (ปวช.) หรือต่ำกว่า	11	5	4	2
	อนุปริญญา (ปวส.)	15	6	6	3
	ปริญญาตรี	58	20	20	19
	สูงกว่าปริญญาตรี	13	4	5	4

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เลือกผลงานออกแบบแนวทางที่ 2 (ร้อยละ 35) มากกว่าแนวทางที่ 1 (ร้อยละ 34) และแนวทางที่ 3 (ร้อยละ 31) คนในท้องถิ่น เลือกผลงานออกแบบแนวทางที่ 2 (ร้อยละ 18) มากกว่าแนวทางที่ 1 (ร้อยละ 17) นักท่องเที่ยวต่างถิ่น เลือกผลงานออกแบบแนวทางที่ 2 (ร้อยละ 17) เท่ากับแนวทางที่ 1 (ร้อยละ 17) และกลุ่มเป้าหมายในทุกกลุ่มเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีปริมาณการเลือกผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ในแนวทางที่ 2 มากกว่าแนวทางที่ 1 ด้วยเช่นเดียวกัน

ดังนั้นจึงเลือกนำผลงานในแนวทางการออกแบบที่ 2 ไปพัฒนาตามผลสรุปจากระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดก่อนนำไปใช้ประเมินผลงานออกแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมในขั้นตอนต่อไป

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย ตามผลสรุประดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยผลการวิเคราะห์ ข้อมูลจากการสอบถามระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์แนวทางการที่ 2 ทั้งในด้านการใช้งาน และด้านการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 3 การประเมินระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ในแนวทางการที่ 2

คุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในผลงานออกแบบแนวทางการที่ 2								
	คนในท้องถิ่น			นักท่องเที่ยวต่างถิ่น			รวมทั้งหมด		
	\bar{X}	S.D.	แปลความ	\bar{X}	S.D.	แปลความ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
ด้านการใช้งาน									
การนำพาสะดวก	4.22	.708	มากที่สุด	3.94	.890	มาก	4.08	.812	มาก
การไม่ใช้บรรจุภัณฑ์	4.08	.778	มาก	3.96	.832	มาก	4.02	.803	มาก
เปิดและปิดสะดวก	3.80	.857	มาก	4.18	.873	มาก	3.99	.881	มาก
ด้านการตลาด									
การมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.66	1.00	มาก	3.54	.930	มาก	3.60	.964	มาก
ความสวยงามโดดเด่น	3.70	.931	มาก	3.50	.886	มาก	3.60	.910	มาก
การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.58	1.12	มาก	3.26	.876	ปานกลาง	3.42	1.01	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในผลงานออกแบบแนวทางการที่ 2 ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ด้านการใช้งาน (Functional) ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพในการหิ้ว การถือ และการนำพาได้สะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08) 2) การเป็นของฝากโดยไม่ต้องใส่บรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02) และ 3) การเปิดปิดใช้งานสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.99)

ความคิดเห็นของคนในท้องถิ่นเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพในการหิ้วถือนำพาได้สะดวกมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.22) 2) การไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ ลักษณะเป็นของฝากโดยไม่ต้องใส่บรรจุภัณฑ์อีกชั้น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08) และ 3) เปิดปิดใช้งานได้สะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.80)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ 1) การนำพาสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.94) 2) สามารถเปิดและปิดใช้งานได้สะดวกมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18) และ 3) เป็นของฝากโดยไม่ต้องใส่บรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.96)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด (Marketing) ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ 1) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60) 2) มีความสวยงาม โดดเด่น ชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60) และ 3) แสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.42)

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนในท้องถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ 1) สวยงาม โดดเด่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70) 2) การมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.66) และ 3) การแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58)

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างถิ่น เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ 1) มีรูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.54) 2) สวยงาม โดดเด่น มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50) และ 3) ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.26)

ในขั้นตอนสุดท้ายเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ซึ่งผู้วิจัยจึงได้นำผลงานการออกแบบในขั้นตอนที่ 2 มาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ด้วยการปรับโทนสีของผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นพื้นสีธรรมชาติของต้นกก ภายสีน้ำตาลพร้อมผ้ากำมะหยี่ขอบ ก่อนนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปใช้ประเมินเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบเดิม ด้วยการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานและความพึงพอใจของผู้บริโภค และผู้จำหน่าย เพื่อให้ทราบค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในด้านการใช้งานและด้านการตลาด ในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 6 ผลงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าจักสานจากต้นกก (Prototype)

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ผลิตภัณฑ์กระเป่าแบบเดิม

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระเป่าจากต้นกก โดยนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนารูปแบบในขั้นสุดท้ายไปประเมินความพึงพอใจ ด้วยการสอบถามความคิดเห็นจากผู้จำหน่าย ในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่าย ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หลังการพัฒนาปรับปรุงกับผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ	ระดับความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์			
	รูปแบบเดิม		รูปแบบใหม่	
	\bar{X}	แปลความ	\bar{X}	แปลความ
ด้านการใช้งาน				
การปกป้อง รักษาสินค้า	3.00	ปานกลาง	3.60	มาก
สามารถวางโซว์ได้น่าสนใจ	4.00	มาก	4.60	มากที่สุด
เปิดและปิดสะดวก	3.60	มาก	3.80	มาก
ด้านการตลาด				
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.80	มาก	4.20	มาก
สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3.80	มาก	4.20	มาก
ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.60	มาก	4.00	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้งาน มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมได้แก่ สามารถวางโซว์ได้น่าสนใจ รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.60 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 4.00 เปิดและปิดสะดวก รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.80 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการปกป้องรักษาสินค้า รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.00 และ 2) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.80 และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.00 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.60

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจในผลงานผลิตภัณฑ์กระเป่าที่ผ่านกระบวนการพัฒนารูปแบบใหม่กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวน 50 คน และคนในท้องถิ่นจำนวน 50 คน เพื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ทั้งในด้านความเหมาะสมทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบเดิมในด้านต่าง ๆ

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านต่าง ๆ	ระดับความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์					
	รูปแบบเดิม			รูปแบบใหม่		
	\bar{X}	S.D.	แปลความ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
ด้านการใช้งาน						
หิ้วถือ นำพา ได้สะดวก	3.50	.717	มาก	4.18	.701	มาก
ของฝากที่ไม่ใช้บรรจุภัณฑ์	2.79	.624	ปานกลาง	4.07	.781	มาก
เปิดและปิดสะดวก	2.83	.739	ปานกลาง	3.97	.702	มาก
ด้านการตลาด						
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.11	.617	ปานกลาง	3.85	.625	มาก
สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3.17	.667	ปานกลาง	3.70	.784	มาก
ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.26	.786	ปานกลาง	3.58	.830	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งมาจากกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ดังนี้คือ 1) คุณลักษณะด้านการใช้งาน ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การหิ้วถือ นำพา ได้สะดวก รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.50 การเป็นของฝากโดยไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.07 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 2.79 และ การเปิดและปิดใช้งานสะดวก รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.97 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 2.83 2) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม พบว่าในทุกคุณลักษณะมีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบใหม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.85 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.11 สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.17 และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.26

การวิจัยนี้เป็นแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจักสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพสตรีบ้านหว้า ตำบลบ้านหว้า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากต้นกกเป็นอย่างยิ่ง โดยได้อภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1) ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ในด้านการใช้งาน กระเป๋าควรมีขนาดและรูปแบบที่สามารถนำพาด้วยวิธีการหิ้วหรือถือได้สะดวก ลักษณะของกระเป๋าต้องสวยงามและสามารถป้องกันและนำเสนอตนเองได้โดยไม่จำเป็นต้องบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุนในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 205) กล่าวว่า “นอกเหนือจากรายละเอียดของตราสัญลักษณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝาก จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ” ซึ่งทั้งผู้จำหน่ายและกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

2) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป่ารูปแบบใหม่ ในด้านการตลาดควรออกแบบให้มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ (2537 : 8-9) ที่ว่า “ผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภค เกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิต และเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์ และเอกลักษณ์ ให้กับสินค้า” ซึ่งทั้งผู้จำหน่าย และกลุ่มเป้าหมายมีพึงพอใจในระดับมาก และเนื่องจากแนวทางการออกแบบลดทอน สีสัน ของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ เป็นลักษณะรูปแบบประยุกต์ การร่วมสมัย มีลวดลายธรรมชาติเหมือนจริง น้ำหนัก สีกกลาง หรือสีเดิมของต้นกกที่ผลิตมาจากวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติปราศจากสารพิษ ซึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑาทิพย์ ชนินทรอารักษ์ (2540: 55) กล่าวไว้ว่า “ผู้บริโภคส่วนใหญ่ สนับสนุนแนวคิดการใช้ผลิตภัณฑ์แบบ 1A 3R (Avoid, Reduce, Reuse, Recycle) แสดงให้เห็นถึงประชากรที่มีการศึกษา และความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมตามสมควร”

5. สรุป

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าจากต้นกก ของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย จังหวัดขอนแก่น มีดังต่อไปนี้ คือ

5.1 ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าจกสานจากต้นกกแนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับการซื้อฝากญาติ พี่น้อง และเพื่อน แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับการซื้อฝากคนในครอบครัวและแนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับการซื้อฝากเจ้านายหรือผู้ใหญ่ ซึ่งการออกแบบกระเป่าแนวทางที่ 2 เป็นรูปแบบที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดในการนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์กระเป่า สำหรับจำหน่ายของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย

5.2 แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่ารูปแบบใหม่ ได้รับความพึงพอใจมากกว่าผลิตภัณฑ์กระเป่ารูปแบบ เดิมซึ่งกลุ่มเคยผลิต ในคุณสมบัติทั้ง 2 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการใช้งาน คือ ความสะดวกในการใช้งาน ทั้งขนาดและ รูปทรงที่สามารถหิ้วน้ำหนักได้สะดวก การเปิดปิดใช้งานได้ง่าย และการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่พึ่งพาบรรจุภัณฑ์ และ 2) ด้านการตลาด คือ การออกแบบที่สวยงาม สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแสดงออกถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

6. ข้อเสนอแนะ

แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป่าจกสานจากต้นกก กลุ่มอาชีพสตรีบ้านห้วย จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

6.1 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มักมีค่านิยมที่มุ่งเน้นให้สินค้าของตนมีความโดดเด่นด้วยการใช้โทสนสีที่ดูโดดเด่น และใช้สีที่ตัดกันอย่างรุนแรง แต่การซื้อเพื่อเป็นของขวัญนั้นต้องคำนึงถึงความสวยงามอย่างมีรสนิยมให้เหมาะสมกับผู้รับ ของฝากด้วย

6.2 บทบาทหน้าที่ของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงไปตาม ความต้องการของผู้บริโภคและกระแสของเทคโนโลยีได้ตลอดเวลา ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลง ไปของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ

6.3 ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะพื้นที่หนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น การศึกษาในเชิงลึก ของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของแต่ละพื้นที่ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่น่าสนใจและมีเสน่ห์ที่แตกต่างกัน

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประจำปีงบประมาณ 2560

8. เอกสารอ้างอิง

- ของดีบ้านเฮา. (2560). *กลุ่มอาชีพ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นกกบ้านห้วย*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://panumassasen.wordpress.com> [สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2560].
- จุฑาทิพย์ ชรินทร์อาร์ักษ์. (2540). *ศึกษาเรื่องการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารในหมู่บ้านข้าราชการสตรีสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่*. ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์และสิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2537). *การบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: ว่างอักษร.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. แพคเมทส์. กรุงเทพฯ:
- วิกิพีเดีย. (2560). วงศ์กก. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki/วงศ์กก> [สืบค้นเมื่อ วันที่ 9 มกราคม 2560].
- สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย. (2560). *ต้นกกวัตถุดิบเพื่อการจักสาน*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.sacict.or.th/th/detail/2018-09-14-11-35-v-Plg> [สืบค้นเมื่อ วันที่ 3 มกราคม 2560].
- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น. (2560). *ข้อมูลสรุปจังหวัด*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.khonkaen.go.th> [สืบค้นเมื่อ วันที่ 3 มกราคม 2560].