

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศไบมะขาม



ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

พ.ศ. 2554

Research Project : Development Souvenir Products from Tamarind

Leaves Paper



Sroungporn Kusolsong and faculty

Funded from the budget.

Phetchabun Rajabhat University.

2554

ชื่อเรื่อง โครงการวิจัย : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศไวมะขาม
ผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรวงพร กุศลส่ง และคณะ
ปีดำเนินการวิจัย 2554

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยมีความมุ่งหมาย ในงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาริบท และทัศนคติของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศไวมะขามจำนวน 10 รูปแบบ เพื่อส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากไวมะขาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศไวมะขาม โดยกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มบุคลากรในจังหวัดเพชรบูรณ์และบุคคลที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น จำนวน 40 คน เครื่องมือในการดำเนินการคือ แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาริบท และทัศนคติในการซื้อผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ ต่อจากนั้นดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่กลุ่ม เป้าหมาย จำนวน 2 วัน เกี่ยวกับด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศไวมะขาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ และสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้เข้ารับการอบรม ในการได้รับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศไวมะขาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ด้านการศึกษาส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับ ม.6 และปวช. ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คือ ค้าขาย รับจ้าง และแม่บ้าน ตามลำดับ สินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือ สินค้าประเภทตกแต่ง เช่น แผ่นไม้ ดินสอ และประเภทวัตถุทางศิลปะ เช่น พวงกุญแจ โมบาย ความต้องการในการพัฒนาของที่ระลึก พบว่า สินค้าประเภทของที่ระลึก ควรมีราคาถูก ทันสมัย และสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกของจังหวัดเพชรบูรณ์ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บรรจุภัณฑ์ โลโก้สินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาศไวมะขามส่วนใหญ่ ผู้รับการอบรมสนใจในการประดิษฐ์สมุดโน้ต กล่องใส่ของ โคมไฟ โมบาย เป็นต้น

ด้าน ความพึงพอใจของผู้รับการอบรม อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด หรือ อยู่ในเกณฑ์ดีมากเพราะ ผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่สนใจในกิจกรรมที่ทำมาก ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้ในอาชีพของตนเองได้ วัสดุที่ใช้เป็นวัสดุที่หาได้ง่ายจากท้องถิ่น ในการจัดอบรมครั้งต่อไปควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการประดิษฐ์ตุ๊กตา การจัดทำกระเป๋า การตัดเย็บเสื้อผ้า การทำอาหาร และควรให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดมากขึ้น

Title Research Project : Development Souvenir Products from Tamarind Leaves Paper

Asst.Prof. SROUNGORN KUSOLSONG

Abstract

This study is an action research that aimed to study context and attitudes of tourists in order to develop the souvenir product from tamarind leaves paper for 10 styles to promote the knowledge of souvenir product from tamarind leaves paper development and to investigate satisfaction of trainees who participated in the seminar of tamarind leaves paper souvenir production. The target group of this study was personnel group in Phetchabun province and the local product sellers for 40 persons. The research instrument was an interview for studying the context and attitudes towards purchasing the products of Phetchabun province. After that, there was a seminar to train the target group for 2 days towards tamarind leaves paper product design, new ways of souvenir product production, and then they were asked about their satisfaction towards the knowledge gained in the seminar. The statistic data used was percentage, and the findings showed that:

Most tourists were female with the age of 26-30 years who graduated at high school and vocational level. Most of them have done their own businesses that are trade, employee, and housewife respectively. The most popular products were decoration products such as wood board, pencil, and art products such as key ring and mobile. Moreover, the study of customers' demand presented that the customers wanted to buy cheap and modern products, the package and logo of products of Phetchabun provinces should be developed. The most popular tamarind leaves paper products for the trainees were notebook, convenient box, lamp, mobile etc.

The satisfaction of trainees towards appropriateness of seminar arrangement was at the highest level because most trainees were really satisfied with interesting activities done in the seminar. They thought that they could gain a lot more knowledge that can be applied in their career, and the materials used in producing the products are easily found in the local area. Finally, they proposed that the next seminar should be held towards the production of doll, bag,

embroidery and cooking, and they also exposed that they wanted to know about the marketing so that the knowledge of marketing should also be focused in there.



กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จ ได้รับทุนอุดหนุนจากคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ รวมทั้งความอนุเคราะห์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ สภาวิจัยแห่งชาติ ในด้านงบประมาณ และการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ การดำเนินการสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิไลวรรณ วิชาจักษณกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุนีย์ บุญพิทักษ์ ดร.พรณราย เทียมทัน ที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือ

ขอขอบคุณ คุณรสรินทร์ ขุนแก้ว ผู้รับการอบรมและบุคคลที่เกี่ยวข้อง นักศึกษา โปรแกรมวิชาการศึกษาปฐมวัยที่ให้ความร่วมมือในการทดลองทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จนสำเร็จ ตลอดจนตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้

คุณค่าและประโยชน์ของโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน แนะนำแนวทาง จนสามารถสำเร็จบรรลุผล และก่อประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

ผศ. สรวงพร กุศลส่ง

สิงหาคม 2554

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(ข)
กิตติกรรมประกาศ.....	(ค)
สารบัญ.....	(ง)
สารบัญตาราง.....	(จ)
สารบัญภาพ.....	(ฉ)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและปัญหาการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ความหมายของผลิตภัณฑ์.....	5
องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์.....	6
ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์.....	6
คุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์.....	8
ประเภทของผลิตภัณฑ์.....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
ความหมายของกระดาษ.....	14
การออกแบบผลิตภัณฑ์.....	17
รูปแบบการพัฒนากระดาษใบมะขาม.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	21
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	21
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้.....	21
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
การเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
บทที่ 5 สรุปผลการและอภิปรายผลการวิจัย.....	40
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	40
ขอบเขตของการวิจัย.....	40
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	41
อภิปรายผล.....	41
ข้อเสนอแนะ.....	42
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	45
ประวัติผู้วิจัย.....	96

สารบัญภาพ

เรื่อง

หน้า

ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ภาพประกอบที่ 2 แสดงลักษณะระดับผลิตภัณฑ์.....	7



สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์	13
ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	30
ตารางที่ 3 แสดงความรู้ความเข้าใจในสินค้า.....	32
ตารางที่ 4 แสดงสภาพปัญหาและโอกาสในการพัฒนาของที่ระลึก.....	33
ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้เข้ารับการอบรม.....	35
ตารางที่ 6 แสดงระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้รับการอบรม.....	36



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันจังหวัดเพชรบูรณ์ ถือว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับการส่งเสริมให้พัฒนาในด้านงานหัตถกรรม และศิลปะประดิษฐ์ต่างๆ โดยเฉพาะงานประดิษฐ์สร้างสรรค์ที่พัฒนาจากวัตถุดิบของชุมชน เช่น มะขามมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เป็นการสร้างรูปแบบการผลิตชิ้นงานกระดาดจากใบมะขามที่สวยงาม หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีคุณค่าถือเป็นศิลปะงานประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น แสดงถึงวิวัฒนาการความเป็นมาในการพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ออกมาจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ในขณะนี้พบว่ารูปแบบของผลิตภัณฑ์งานกระดาดที่เป็นของที่ระลึกมีมาก แต่เพื่อพัฒนาความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากงานกระดาดใบมะขามซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจมาประยุกต์เป็นงานประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า โดยนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากวัสดุธรรมชาติ และวัสดุท้องถิ่นมาเป็นของที่ระลึกให้หลากหลาย โดยเน้นการออกแบบที่ทันสมัย สีสดใสสวยงาม ความประณีตและประโยชน์ ใช้งานได้ เป็นการเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการวิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าควรจะมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขามเพื่อให้มีรูปแบบใหม่ๆ

จังหวัดเพชรบูรณ์มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญและเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้จังหวัดมีชื่อเสียงนั่นคือ มะขาม ซึ่งมีหลายพันธุ์ เช่น พันธุ์สีทอง พันธุ์ดาแป๊ะ ฯ นอกจากจะนำไปเป็นของฝากที่มีชื่อเสียงของจังหวัดแล้ว วัตถุดิบจากต้นมะขามสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมากมายตั้งแต่ ลำต้น ใบ เปลือก เมล็ด ฯลฯ สามารถนำมาประยุกต์ทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณค่า และก่อให้เกิด

ประโยชน์และรายได้แก่ชุมชนเป็นอย่างมากใบมะขามเป็นวัตถุดิบหนึ่งที่ผู้วิจัยเห็นความสำคัญที่จะนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ให้แก่ชุมชน เพื่อสร้างรายได้ โดยการนำใบมะขามสดมาต้มให้ใบมะขามเปื่อยจากนั้น นำมาล้างให้สะอาด ทำการสกัดเซลล์โลสออกให้เหลือแต่เส้นใย นำใบมะขามที่ล้างแล้วแช่ในน้ำยาคลอรีน ประมาณ 30 นาที แล้วนำมาเข้ากระบวนการผลิตเป็นกระดาษ เป็นแผ่นวัสดุสำเร็จ ก่อนนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมเป็นของที่ระลึกในจังหวัดต่อไป

ดังนั้น คณะนักวิจัยเห็นว่าควรทำการศึกษา วิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้มีความทันสมัย สวยงาม ประณีต และเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวที่จะนิยมซื้อเป็นของที่ระลึก และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน จึงเป็นแนวทางในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดซึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทและทัศนคติของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม
3. เพื่อส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากใบมะขาม
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นบุคลากรในจังหวัดเพชรบูรณ์และบุคคลที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น จำนวน 40 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการค้นหาวิจัย

ตัวแปรต้น ผลผลิตภัณฑักระดาศจากไอบะขาม

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2553 – 30 กันยายน 2554

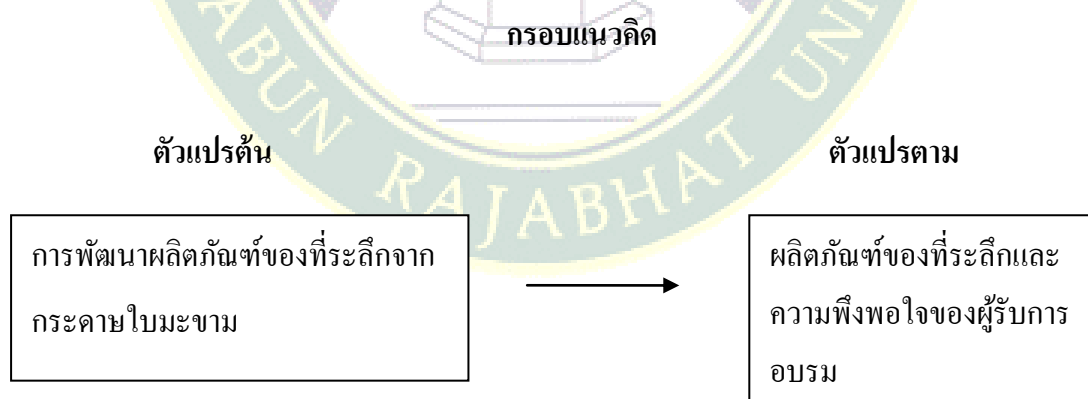
นิยามศัพท์เฉพาะ

1.การออกแบบผลิตภัณฑั หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์และผลิตภัณฑัใหม่ๆเพื่อให้เกิดความสวยงามทั้งให้มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ และคุณค่าน่าสนใจ และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ โดยนำวัสดุและภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นเมืองและผลิตภัณฑัเป็นของที่ระลึกที่มีรูปแบบการพัฒนาใหม่เพื่อให้เกิดคุณค่า

2. การทำเป็นแผ่นกระดาศ หมายถึง ถึง การซ้อน การตาก การลอก การรีด การทำเป็นแผ่นกระดาศด้วยจากไอบะขาม โดยการนำเยื่อไอบะขามมาปั่นให้ละเอียด แล้วเทลงอ่าง จากนั้นใช้ตะแกรงซ้อนเยื่อขึ้นมา นำไปตากแห้ง ลอกออกมาจากตะแกรง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑัของที่ระลึกจากกระดาศไอบะขาม
แนวคิดในการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาเสนอประกอบดั่งนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

- 1.1. ความหมายของผลิตภัณฑ์
- 1.2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
- 1.3. ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์
- 1.4. คุณสมบัติสำคัญของผลิตภัณฑ์
- 1.5. ประเภทของผลิตภัณฑ์
- 1.6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระดาด

- 2.1 ความหมายของกระดาด
- 2.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.3 รูปแบบการพัฒนากระดาดใบมะขาม
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์

สุดาตวง เรืองจิระ. (2541: 109) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ องค์ประกอบหลายอย่างที่รวมกันแล้วสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือผลตอบแทนใดๆที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ธงชัย สันติวงศ์. (2537 : 271) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) นักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะที่ดีพร้อม และเหนือกว่าคู่แข่ง และมีความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และไม่เป็นปัญหาในแง่ของการผลิตมากนัก

มินา ชาวลิต . (2542:121)ผลิตภัณฑ์หมายถึงสิ่งใดก็ตามที่สามารถสร้างความพอใจกับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ทั้งลักษณะจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสินค้า บริการ ความคิด บุคคลองค์กร หรือสถานที่เพียงอย่างหนึ่งอย่างใด หรือหลายอย่างรวมกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .(2541:229) ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของตลาด ในวงการแผนส่วน ประสมการตลาดเริ่มต้นด้วยการกำหนดผลิตภัณฑ์ โดยถือเกณฑ์ว่าลูกค้าจะพิจารณาสิ่งที่นำมาเสนอ 3 ประการคือ

1.รูปลักษณะ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

2.ส่วนสะสมบริการ และคุณภาพบริการ

3.ความเหมาะสมของราคาโดยพิจารณาจากเกณฑ์คุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายนั้น จะต้องเลือกผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนรูปร่าง ตรายี่ห้อ หีบห่อ และสิ่งบรรจุให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดดำเนินไปได้สะดวกและง่ายขึ้น แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะเป็นเพียงด้านเดียวของส่วนประสมทางการ ตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่นักการตลาดจะต้องหยิบยกขึ้นมาพิจารณาก่อนเป็นอันดับแรก เพราะจะเป็นตัวที่ลูกค้าให้ความสนใจมากกว่าส่วนผสมการตลาดตัวอื่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .(2541 : 35) ผลิตภัณฑ์ (Product)หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility)มีคุณค่า (Value) ใน

สายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน
2. พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น
3. การกำหนดตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น
5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Development)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2543:15-25)

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดตลาดได้โดยถือเกณฑ์คุณสมบัติ 4 ประการ ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ซึ่งจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติ กล่าวคือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการดึงดูดตลาด ลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมบริการ และคุณภาพบริการ และขณะเดียวกันการตั้งราคานั้นถือเกณฑ์คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Value – Based Prices) ซึ่งในการกำหนดองค์ประกอบผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ

1. ความสามารถดึงดูดใจของสิ่งที่น่าสนใจต่อตลาด (Attractiveness of The Market Offering) ในประเด็นนี้ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่เหนือกว่าผู้แข่งขัน
2. รูปลักษณ์ (Features) และคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ลักษณะผลิตภัณฑ์จะต้องตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง เช่น ลิปสติกที่ผู้บริโภคใช้แล้วสวยงาม และติดทนนาน
3. ส่วนประกอบของบริการและคุณภาพบริการ (Services Mix Quality) ปัจจัยที่ให้การสนับสนุนนอกจากคำนึงถึงรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แล้ว นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงว่าจะจัดบริการเสริมอะไรให้กับลูกค้าได้บ้าง

4.ราคาซึ่งถือเกณฑ์ (Value – Base Prices) ในการตั้งราคานี้จะต้องยึดถือคุณค่ากับการรับรู้ผลิตภัณฑ์(Perceived Value) เพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นที่นักการตลาดจะต้องสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value Added)

1.3 ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ หมายถึง ลักษณะด้านต่างๆ 5 ประการของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์หลัก
2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์
3. ผลิตภัณฑ์ควบ
4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

ศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีลักษณะอย่างน้อย 2 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์หลัก และรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 2 แสดงลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์

1.ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)หมายถึงผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตเสนอขายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของประโยชน์ การแก้ปัญหา ให้ลูกค้า การขาย ความปลอดภัย

2.รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ส่วนที่มีตัวตน (Formal or Tangible Product) หมายถึงลักษณะ ทางกายภาพที่ผู้บริโภคสัมผัสหรือรับรู้ได้ เป็นส่วนที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หลักทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ขึ้นหรือเชิญชวนให้มากขึ้นประกอบด้วย (1) ระดับคุณภาพ (2) รูปร่างลักษณะ

(3) รูปแบบ (4)บรรจุภัณฑ์ (5)ชื่อตราสินค้า (6)ลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ เช่นรูปลักษณ์ของ โรงแรม

3. ผลผลิตที่คาดหวัง (Expected Product) เป็นกลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อ คาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า การเสนอผลผลิตที่คาดหวังจะคำนึง ความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customers Satisfaction)

4. ผลผลิตที่ควบ (Augmented Product) หมายถึงประโยชน์ที่ผู้รับได้ซื้อได้รับเพิ่ม นอกเหนือจากผลผลิตหลัก และผลผลิตที่มีตัวตน ประกอบด้วยประกอบด้วย (1) การขนส่ง (2) การให้สินเชื่อ (3) การรับประกัน (4) การบริการหลังการขาย (5) การติดตั้ง (6) การให้บริการอื่นๆ

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลผลิต (Potential Product) หมายถึงคุณสมบัติของผลผลิตใหม่ ที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาไปเพื่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต ผลผลิตบาง ชนิด ผู้บริโภค หนังสือพิมพ์ ผลผลิตบางชนิด ผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องรูปลักษณ์ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า

1.4 คุณสมบัติที่สำคัญของผลผลิต

คุณสมบัติที่สำคัญของผลผลิตที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึง มีรายละเอียดดังนี้

1. คุณสมบัติผลผลิต (Product Quality) เป็นการจัดการทำงาน และการวัดความคงทนของ ผลผลิตเกณฑ์ในการวัดคุณภาพหรือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำ ผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ หรือสินค้าคุณภาพสูงเกินอำนาจซื้อของผู้บริโภค สินค้าก็ขาย ไม่ได้ เช่น เตารีดไมโครเวฟ ทำงานได้หลายอย่าง คือ ตั้งเวลาอบ ปิ้ง ต้ม ตุ่น ผัด แต่ราคาสูงมาก สินค้าก็ขายได้น้อยนักการตลาดต้องพิจารณาว่า สินค้าควรมีระดับใดบ้าง และต้นทุนเท่าใดจึงจะ เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งสินค้าคุณภาพต้องสม่ำเสมอและมีมาตรฐานเพื่อที่จะได้รับการ ยอมรับ ความเชื่อถือที่มีต่อสินค้าทุกครั้งที่คุณผลิตจึงต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality Centre) อยู่เสมอ

2. ลักษณะทางกายภาพสินค้า (Physical Characteristics of Good) เป็นรูปร่างลักษณะที่ ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ และสามารถรู้ได้โดยประสาทสัมผัสที่ 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เช่น รูปร่าง ลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

3. ราคา (Price) เป็นจำนวนเงินที่บุคคลจ่ายเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการ ซึ่งแสดงเป็นมูลค่า (Value) ที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการซึ่งราคานั้น อาจจะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วย การตัดสินใจตั้งราคานั้นต้อง

สอดคล้องกับปรัชญา หรือแนวทางการตลาด (Marketing Concept) การตัดสินใจด้านราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาสูง หรือราคาต่ำ แต่เป็นราคาที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่า (Perceived Value) คือถ้าผู้บริโภคมองเห็นว่าสินค้านั้นมีคุณค่าเราสามารถตั้งราคาสูงได้ และการปรับขึ้นราคา หรือลดราคาจะต้องพิจารณาถึงความอ่อนไหวด้านราคาของผู้บริโภค

4. ชื่อเสียงของผู้ขาย หรือตราสินค้า (Brand) หมายถึง (Name) คำ (Term) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขาย รายใดรายหนึ่งหรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างของผู้แข่งขัน คอทเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . 2453 19; อ้างอิงจาก Kotler . 2000. Marketing Management.p404) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บางชนิดนั้นขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่เจาะจงซื้อ เช่น กระป๋องหอยสังข์สวิตตอง เสื้อเวอร์ซาแซ่ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยหลักการด้านจิตวิทยา ไม่ใช่เหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ หรือ ประโยชน์ที่ได้รับ เช่น การตัดสินใจ ซื้อเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นตัวชี้สถานะภาพของผู้ใช้ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องมีการพัฒนาคุณภาพค่าตราสินค้า (Brand Equity) กล่าว คือต้องมีการใช้เครื่องมือการตลาดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ หรือการสื่อสารต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อดูแลลูกค้า (Perceive Value) คุณค่าตราสินค้านั้นๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงเพื่อพัฒนาสินค้าให้มีคุณค่าต่อสินค้า

5. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ และการผลิตสิ่งบรรจุหรือสิ่งที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ เอ็ทซาล วอล์คเกอร์ และสแตนตัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .2543:20;อ้างอิงจาก Etzal, Walker and Stanton.1997.Marketing.p. G-10) บรรจุภัณฑ์เป็นตัวทำให้เกิดการรับรู้ คือ การมองเห็นสินค้า เมื่อลูกค้าเกิดการยอมรับ ในบรรจุภัณฑ์ก็จะนำไปสู่การจูงใจเกิดความต้องการซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องโดดเด่นโดยอาจแสดงถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์สินค้านั้น เช่นมองแล้วรู้ว่าเป็นยาซักผ้า เป็นน้ำยาทำความสะอาดพื้น ซึ่งบรรจุภัณฑ์ควรแสดงตำแหน่งสินค้าให้ชัดเจน คือบรรจุภัณฑ์จะต้องเป็นตัวขายตัวเองในชั้นวาง โดยเฉพาะสินค้าสะดวกซื้ออยู่ในซูเปอร์มาเก็ตต่างๆ บรรจุภัณฑ์ต้องมีความโดดเด่นในชั้นวาง

6. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบจึงมีความสำคัญมากสำหรับสินค้าต่างๆ เช่น รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า เครื่องใช้ในครัวเรือน ดังนั้นผู้ผลิตที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจึงต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อกำหนดรูปแบบสินค้า

ให้ดึงดูดความสนใจและให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้การออกแบบยังเป็นเกณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน (Product differentiation) โดยคำนึงถึงเหตุจูงใจให้ลูกค้าทั้งด้านเหตุการณ์และด้านอารมณ์

7. การรับประกัน (Warranty) และการรับประกันสินค้าหรือบริการ (Guarantee) มีความหมายต่างกันดังนี้

7.1 การรับประกันหรือใบรับประกัน (Warranty) เป็นเอกสารที่มีข้อความที่ระบุถึงการรับประกันสินค้าซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายจะชดเชยให้กับผู้ซื้อ เมื่อผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำงานภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ การรับประกันเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการแข่งขัน โดยเฉพาะสินค้าประเภทยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และเครื่องจักร เพราะเป็นการลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าของลูกค้ารวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นนั้น นักการตลาดจึงเสนอการรับประกันเป็นรายลักษณะอักษร หรือด้วยคำพูดโดยทั่วไปการรับประกันจะระบุประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นคือ (1) การรับประกันต้องให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ว่าผู้ซื้อจะร้องเรียนได้ที่ไหน กับใคร อย่างไรเมื่อมีปัญหา (2) การรับประกันจะต้องให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าก่อนการซื้อ (3) การรับประกันต้องระบุเงื่อนไขการรับประกันด้านระยะเวลา ขอบเขตการรับผิดชอบและเงื่อนไขอื่น

7.2 การรับประกันสินค้าหรือการบริการ (Guarantee) เป็นข้อความที่ยืนยันว่าผลิตภัณฑ์สามารถทำงานได้เป็นที่พึงพอใจ หรือมีการรับประกันว่าสินค้าใช้ได้ผมยินดีคืนเงิน

8. สี (Color) หนึ่งของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งเชิญชวน และจูงใจให้เกิดการซื้อ เพราะสีทำให้เกิดอารมณ์ ด้านจิตวิทยาเครื่องมือการตลาดไม่ว่าจะเป็นสถานที่บนเท่งต่างๆ ก็ใช้สีเข้ามาช่วยอย่างมาก หรือแม้กระทั่งการโฆษณาส่งเสริมการขายต่างๆ ก็ใช้สีเข้ามาช่วยดึงดูดให้เกิดการรับรู้ (Preception) ทำให้โดดเด่นเป็นลักษณะความต้องการด้านจิตวิทยาของมนุษย์ที่ว่าสินค้าแต่ละชิ้นจะมีการตัดสินใจคือสี

9. การให้บริการ (Servicing) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคบางครั้งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้าของผู้ขายหรือผู้ผลิต เช่น ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ให้บริการดีและถูกใจ ในปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มจะเรียกร้องบริการจากผู้ขายมากขึ้น เช่น การบริการสินเชื่อ บริการส่งของ บริการซ่อมแซมในการผลิตสินค้าอาจให้บริการเองหรือผ่านคนกลาง โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างต้นทุนและการควบคุมระดับความพอใจที่จะให้แก่ลูกค้า

10. วัตถุดิบ (Raw Material) หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต (Material) ผู้ผลิตมีทางเลือกที่จะใช้วัตถุดิบหรือวัสดุหลายอย่างในการผลิตเช่น ผ้า การจะใช้ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ไยสังเคราะห์ หรือเครื่องสำอางสามารถใช้วัตถุดิบที่แตกต่างกันได้ เป็นต้น ซึ่งในการตัดสินใจเรื่องนี้ผู้ผลิตต้อง

คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าพอใจแบบไหนตลอดจนต้องพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตและความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบด้วย

11. ความปลอดภัยผลิตภัณฑ์ (Product safety) และภาระจากผลิตภัณฑ์ (Product Liability) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product safety) เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่ธุรกิจต้องเผชิญและยังมีปัญหาด้านจริยธรรมทางธุรกิจและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายเกิดภาระจาก(Product Liability) ซึ่งสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการทำลายหรือเป็นอันตรายสำหรับผู้ผลิตที่ต้องรับผิดชอบซึ่งในประเด็นนี้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจต้องมีการรับประกัน(Product Warranty)

12. มาตรฐาน (Standard) เมื่อมีเทคโนโลยีใหม่จะต้องคำนึงถึงประโยชน์และมาตรฐานของเทคโนโลยีนั้นผลิตภัณฑ์จำนวนมากในตลาด เช่น เครื่องขายการส่งข้อมูล วิทยุ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ จะต้องมีการออกแบบที่ได้มาตรฐาน มาตรฐานเหล่านี้มีการควบคุม โดยสมาคมผู้ประกอบการอาชีพ และหน่วยงานของรัฐบาลทั้งในระดับประเทศ และในระดับโลก

13. ความเข้ากันได้ (Compatibility) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าและสามารถนำไปใช้ได้ดีในทางปฏิบัติโดยไม่เกิดปัญหาในการใช้

14. คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นลักษณะผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่เกิดจากความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าต้นทุน (ราคาสินค้า) ที่ผู้บริโภคซื้อ

15. ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ผู้ซื้อส่วนมากพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมาในรูปของสี กลิ่น รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ แบบลักษณะและคุณภาพเนื่องจาก ผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกันดังนั้นผู้จำหน่ายจำเป็นต้องมีสินค้าให้เลือกมากเพื่อสนองความต้องการในผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ได้ดียิ่งขึ้น

1.5 ประเภทผลิตภัณฑ์ (สินค้า) บริโภค

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .2543 : 51-57)ผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer Product Good) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องการซื้อเพื่อไปใช้สอยซื้อหรือพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Consumer Product Good) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อบ่อย ซื้อกะทันหันโดยใช้ความพยายามในการเลือกซื้อน้อย เช่น น้ำปลา สบู่ เป็นต้น สามารถจัดได้เป็นสามชนิดคือ

11.ผลิตภัณฑ์หลัก (Staple Product Good) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในปกติใช้เป็นประจำวันราคาไม่แพงมีการใช้บ่อย เช่น ยาสระผม แป้ง

12.ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ฉับพลัน[Impulst product (Good)] เป็นผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อที่ผู้ซื้อไม่วางแผนซื้อในแต่ละครั้งแต่ซื้อเพราะได้แรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อทันทีทันใดเป็นการซื้อแบบฉับพลันแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

1.2.1 การซื้อฉับพลันโดยไม่ได้ตั้งใจ (Pure Impulsy buying) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภคไม่ได้มีความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มาก่อนที่จะเห็นสินค้าเป็นการตัดสินใจซื้อจากแรงกระตุ้นจริงๆ เช่น การสาธิต ได้แก่ สบู่ที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามเป็นต้น

1.2.2 การซื้อฉับพลันที่เกิด(Reminder Impulspe Buying) เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคระลึกขึ้นได้ในระหว่างการเดินซื้อของ เมื่อเห็นผลิตภัณฑ์แล้วระลึกได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่บ้านหมดพอดีหรือเมื่อพบผลิตภัณฑ์ให้ใช้ระลึกถึงการโฆษณาที่พูดถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จึงต้องการทดลองใช้

1.2.3 การซื้อฉับพลันที่เกิดจากการเสนอแนะ(Suggeestion Impulspe Buying) ซึ่งเป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะการเห็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งแล้วทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์อีกชนิดหนึ่ง เช่น เห็นแปรงสีฟันแล้วนึกถึงยาสีฟัน เห็นยาสระผมนึกถึงครีมนวดผม เป็นต้น

1.2.4 การซื้อฉับพลันที่กำหนดเงื่อนไขไว้(Planed Impulspe Buying) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีการวางแผนไว้ในใจความกล่าวคือ จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก็ต่อเมื่อมีของแถมหรือราคาถูกเป็นพิเศษ เช่น เดินในห้างสรรพสินค้าแล้วเจอผลิตภัณฑ์ลดราคาก็จะ

1.3 ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อในยามฉุกเฉิน[Emergence Product (Good)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อไม่ได้วางแผนการซื้อไว้ก่อนแต่ซื้อเพราะความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์อย่างฉับพลันดังนั้นผู้ซื้อจะต้องตัดสินใจซื้อโดยไม่คำนึงถึงราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นการซื้อเพื่อแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า เช่น ผ้าอนามัย ยาแก้ปวดศีรษะ

ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ[Shoopping Product (Good)]เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อมักจะเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อปัจจัยที่ใช้การเปรียบเทียบได้แก่ ความเหมาะสม คุณภาพราคาและรูปแบบ เป็นต้นแบ่งออกเป็น 2 พวกคือ

2.1 ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อที่เหมือนกัน[Homogeneous Shoopping Product (Good)]หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีความลักษณะพื้นฐานทั่วไปเหมือนกันการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับราคาต่ำสุดของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ รองเท้านักเรียน เป็นต้น

2.2 ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อที่ต่างกัน[Homogeneous Shoopping Product (Good)]หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อที่ผู้ซื้อเห็นว่ามีความลักษณะต่างกันจึงต้องเปรียบเทียบด้านรูปแบบคุณภาพ

ความเหมาะสม ซึ่งลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญมากกว่าราคา เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เพอร์นิเจอร์ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ [Specialty Product (Good)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่ลูกค้าเต็มใจและความพยายามในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอีกทั้งสองลูกค้ามีความซื่อสัตย์ต่อคาของผลิตภัณฑ์ดังนั้นการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับชื่อเสียงคุณภาพ และความภาคภูมิใจที่จะได้รับการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมากกว่าราคาเช่น เครื่องสำอาง กล้องถ่ายรูปนิคอน น้ำหอม ชาแนล เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์

ลักษณะพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าบริโภค [Consumer Product (Good)]			
	สะดวกซื้อ (Convenience Goods)	เลือกซื้อ (Shopping Good)	เจาะจงซื้อ (Specialty Good)	ไม่แสวงซื้อ (Unsought Good)

1. เวลาและความพยายามในการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค	ใช้เวลาในการซื้อน้อย ไม่ต้องใช้ความพยายาม	ก่อนซื้อต้องเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และคุณภาพและราคา ต้องใช้เวลาและความพยายามพอสมควร	ใช้เวลาพยายามในการซื้อ แต่จะใช้เวลามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระยะทางในการไปซื้อ	ผู้บริโภคไม่รู้จักหรือแต่ไม่รู้จักคิดที่จะซื้อจึงไม่เสียเวลาหรือใช้ความพยายามในการซื้อ
2. เวลาที่ใช้ในการวางแผนซื้อ				
3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการ				
4. ความถี่ในการซื้อ	น้อยมาก	ต้องใช้เวลาโดยทั่วไปใช้เวลานาน	ต้องใช้เวลาโดยทั่วไปใช้เวลานาน	ต้องใช้เวลาโดยทั่วไปใช้เวลานาน
5. ความถี่ต่อราคาผลิตภัณฑ์	ทันทีทันใด	นานๆ ครั้ง	นานๆ ครั้ง	นานๆ ครั้ง
	บ่อยมาก	มีบ้าง	มาก	ไม่แน่นอน
	ไม่มีเลย			

1.6งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิบูล จันทรรัมย์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงซื้อของที่ระลึกมากกว่าเพศ

ชาย ผู้ที่มีอายุเฉลี่ย 32 ปี วัตถุประสงค์เพื่อการซื้อเพื่อตนเองและฝากให้ผู้อื่นมากกว่าวัตถุประสงค์อื่นๆ พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนมีความสนใจแตกต่างกัน โดยซื้อ สัมผัส เพราะเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง เพราะมีความพึงพอใจกับขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เลือกซื้อผ้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองเพราะสีและลวดลายสวยงาม ดินสอพอง ซื้อเพราะเห็นว่าเป็นวัสดุธรรมชาติ ส่วนเครื่องจักสาน เครื่องทองเหลือง พระปรางค์สามยอดจำลอง และลิงจำลอง ซื้อเพราะเห็นว่ามีรูปทรงสวยงาม

แทตติยา ทองใบ (2553:บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนมากมีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001-30,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีระดับมากที่สุด คือ การที่ผลิตภัณฑ์มีรูปร่าง สี สัน ความสวยงาม ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการ พัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คือ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมาเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในครั้งต่อไป

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระดาษ

2.1 ความหมายของกระดาษ

สรวงพร กุศลส่ง (2553:209 สุทธิยาภาพทางศิลปะระดับปฐมวัย . เพชรบูรณ์ :ดีดีการพิมพ์.) กล่าวว่างานกระดาษ เป็นการประดิษฐ์สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่เป็นศิลปะทั้ง 2 มิติ 3 มิติ และแบบผสมผสานเพื่อให้ได้งานประดิษฐ์ที่สวยงามมีประโยชน์ การใช้กระดาษเป็นวัสดุหลักในการสร้างผลงานทางศิลปะ สามารถสร้างสรรค์งานได้ทั้งงาน วิจิตรศิลป์ และประยุกต์ศิลป์ ในปัจจุบัน มีการพัฒนารูปแบบผลงานจากกระดาษมากมาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ และการศึกษา ในหลายๆ สาขาอาชีพ เช่น การสร้างสรรค์ ภาชนะรองรับอาหารจากกระดาษ การทำเฟอร์นิเจอร์กระดาษ การใช้กระดาษเย็บเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งสถานที่ และการพัฒนาสื่อของเล่นสำหรับเด็กปฐมวัยจากกระดาษ ซึ่งต้องใช้องค์ประกอบทางศิลปะมาประยุกต์ใช้เพื่อให้งานศิลปะมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น การสร้างสรรค์ผลงานให้สวยงาม ประณีต และเกิดประโยชน์ใช้สอย การพัฒนากระดาษจากวัสดุและพืชธรรมชาติที่หลากหลาย เป็นการเพิ่มคุณค่า ความแปลกใหม่ของกระดาษ ในปัจจุบัน เช่น กระดาษสา กระดาษจากข้าวโพด กระดาษจากใบมะขาม กระดาษจากกากกล้วย เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า การใช้ประโยชน์จากกระดาษมีมากมายทั้งกระดาษที่ประดิษฐ์ขึ้น เพื่อใช้งานประเภทต่างๆ การนำกระดาษที่ใช้แล้วมาประยุกต์รีไซเคิลขึ้นมาใช้ใหม่ เป็นการสร้างสรรค์งาน

ศิลปะ จากกระดาษรีไซเคิลช่วยลดภาวะโลกร้อน และลดปริมาณขยะที่เกิดจากกระดาษ นักประดิษฐ์คิดค้นงานศิลปะจากกระดาษจึงได้สร้างสรรค์งานประเภท กระดาษ เปเปอร์อาร์ต เปเปอร์มาเช่ การม้วนกระดาษ และการฉลุกระดาษ เป็นต้น

สรวพร กุศลส่ง (2553:209 สุทธิภาพทางศิลปะระดับปฐมวัย . เพชรบูรณ์ :ดีดีการพิมพ์.) มนุษย์คิดค้นสร้างกระดาษและใช้ประโยชน์จากกระดาษหลายอย่างมาเป็นระยะเวลานาน ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏ พบว่ากระดาษเกิดจาก การนำเยื่อไม้ หรือเส้นใยจากธรรมชาติ มาแปรรูป ผ่านกระบวนการต่างๆ ชนิดที่คิดผลิตจากกระดาษชนิดแรก คือ ชาวอียิปต์ ซึ่งเป็นกระดาษที่ผลิตจากต้น ไม้ที่มีชื่อว่าต้นปารัส (Papyrus) อันเป็นพันธุ์ไม้ที่ขึ้นตามริมฝั่ง แม่น้ำไนล์ ซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักที่หล่อเลี้ยงสิ่งมีชีวิตในแถบอาณาจักรอียิปต์ ชาวอียิปต์ผลิตกระดาษโดยมีขั้นตอน เริ่มจากการนำต้นปารัสมาแกะเปลือกออกให้เป็นแผ่นนำมาวางแผ่เรียงต่อ ให้สลับขัดสานกันไปมาแล้วตีทับให้เป็นเนื้อเดียวกันผืนจนแห้งจะได้เป็นกระดาษแผ่นบางสีเหลืองนวลหลังจากนั้นชาวอียิปต์ก็นำแผ่นกระดาษออกมาเรียงต่อกันให้เป็นแผ่นยาวเก็บรักษาด้วยการม้วน เรียกว่าม้วนปารัส (Papyrus - rolls) ใช้ประโยชน์ในการบันทึกอักษรโบราณ ในซีกโลกตะวันออกมีการผลิตกระดาษ เช่นกัน เกิดขึ้นในประเทศจีน อันเป็นแหล่งกำเนิดวัฒนธรรมที่สำคัญในทวีปเอเชีย โดยชาวจีนใช้เยื่อไม้ผลิตกระดาษ เช่นเดียวกับชาวอียิปต์ต่างกันที่ชาวจีนในเยื่อไม้ในท้องถิ่น เช่น ต้นหม่อน และต้นแฟลกซ์ เช่นต้นหม่อน และต้นแฟลกซ์ ต่อมาในประมาณศตวรรษที่ 16 ชาวจีนก็คิดค้นกรรมวิธีการทำกระดาษแข็งได้ การประดิษฐ์กระดาษโดยวิธีต่างๆ เกิดขึ้น พร้อมกับการที่คนรู้จักการทำกระดาษขึ้นใช้ชาวจีนคิดค้นการทำกระดาษก่อนชาติอื่น โดยใช้ต้นกกและต้นไผ่ ประเพณีของจีนสมัยโบราณนั้นเชื่อเรื่องวิญญาณของคนตาย ในการฝังศพชาวจีนจะนำเหรียญและรูปปั้นตุ๊กตาอาจเป็นรูปม้า ข้าทาสบริวาร บ้าน รถ ข้าว ช้าง เครื่องใช้ต่างๆ ฝังลงไปพร้อมกับศพด้วย เพราะเชื่อว่าสิ่งที่ฝังกับศพจะติดกับวิญญาณของผู้ตาย เพราะเชื่อว่าสิ่งที่ฝังกับศพจะติดไปกับวิญญาณของผู้ตายและผู้ที่ตายได้รับความสะดวกสบายจากสิ่งที่ได้ไปใช้ในโลกของความตายต่อมาคนจีนรู้จักการใช้กระดาษที่เคลือบด้วยโลหะ เช่น กระดาษทองมาทำเป็นเหรียญและเอามาทำเป็นรูปต่างๆ ชาวจีนจึงเป็นชาติที่รักษามรดกประเพณีวัฒนธรรมของตนได้เป็นอย่างดี จึงดำรงศิลปะประเภทนี้มาตลอดจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการประดิษฐ์ของชาวจีนนี้เอง ทำให้งานกระดาษแพร่หลายไปยังญี่ปุ่น และประเทศต่างๆ ในเวลาต่อมา ประเทศทางตะวันตกรู้จักการประดิษฐ์กระดาษเป็นสิ่งต่างๆ อย่างง่ายซึ่งเรียกว่าศิลปะพื้นบ้าน (Folk art) ปัจจุบันในประเทศโปแลนด์มีชื่อเสียงในการประดิษฐ์กระดาษมากได้มีการพัฒนากระดาษ

เรื่อยมา และเพิ่มความคิดที่หลากหลาย ละเอียดประณีตยิ่งขึ้น จนปัจจุบันงานกระดาษกลายเป็นอาชีพและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป

สำหรับในประเทศไทยญี่ปุ่นก็มีการผลิตกระดาษขึ้นราวศตวรรษที่ 18 โดยลำดับขั้นตอนที่ได้บันทึกไว้อย่างชัดเจน กล่าวโดยสรุป คือ

1. นำต้นไม้มากั้นเป็นเชือกกระดาษมาตัดเตรียมไว้
2. ต้มต้นไม้มากั้นเป็นเชือกกระดาษนั้นจนเปื่อยนิ่ม
3. นำต้นไม้มากั้นเปื่อยออกมาลอกเอาเปลือกออก
4. ลอกเอาเนื้อในของต้นไม้มากั้น ซึ่งจะได้เยื่อสีขาว
5. แช่เยื่อไม้ลงในน้ำค้าง
6. นำเยื่อไม้ที่แช่แล้วมาตากแดดให้แห้ง
7. นำมาล้างในน้ำสะอาด
8. ต้มเปลือกไม้อีกครั้งในน้ำค้าง
9. นำขึ้นล้างให้สะอาดอีกครั้ง
10. นำเยื่อที่ได้มาบดให้ละเอียดด้วยการใช้ไม้ตี
11. นำเยื่อไม้ที่ได้มาละลายในภาชนะที่ใส่น้ำรูปทรงสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่
12. ใช้ตระแกรงตาถี่ช้อนเยื่อไม้ขึ้นจากน้ำให้เป็นแผ่นเรียบเสมอกัน
13. นำกระดาษที่ใช้จึงไว้บนกระดาน
14. เมื่อกระดาษแห้งนำมาเรียงต่อกัน ตัดขอบให้เรียบ บรรจุห่อ

ส่วนกระดาษสาของไทยนั้นก็มีกรรมวิธีคล้ายคลึงกับการทำกระดาษของญี่ปุ่น แต่เปลี่ยนเป็นชนิดของเส้นใยกระดาษเป็นเส้นใยกับต้นสาเท่านั้น สรุปได้ว่ากระดาษที่แปรรูปเยื่อไม้ชนิดต่างๆ มาเป็นผืนแผ่นสำหรับประเทศไทยรู้จักวิธีทำกระดาษมายาวนาน คนไทยรู้จักการนำกระดาษมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ ใบไม้ เครื่องเล่น ต่างๆ ทำเป็นพู่ประดับบ้าน เวลาจัดงานประเพณีไทยๆ เช่น งานบวชนาค งานแต่งงาน หรืองานเทศกาลต่างๆ ศิลปะประเภทนี้ได้

วิวัฒนาการเรื่อยมา ปัจจุบันการศึกษาได้จัดงานกระดาษไว้เป็นหลักสูตรวิชาศิลปะในโรงเรียน กระดาษมีมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรโบราณ โดยมีประโยชน์ในการบันทึกและทำสิ่งต่างๆ ได้อีกมากมายในปัจจุบันกระดาษยังทวีความหลากหลายทั้งหลากหลายประเภทและการนำดัดแปลงไปใช้งาน เช่น เครื่องใช้ต่างๆ ภายในบ้าน หรือเป็นส่วนผสมในวัสดุก่อสร้าง นอกจากนี้งานอีกอย่างที่น่าสนใจ ก็งานศิลปะประดิษฐ์จากกระดาษ ตั้งแต่สิ่งของแบบง่ายๆ

จนไปถึงของที่มีรูปร่างแปลกๆ เป็นต้นว่า การนำกระดาษมาห่อไม้หรือโคมไฟ รวมถึงของเล่นต่างๆ นานาชนิด

กรรมวิธีการประดิษฐ์งานศิลปะจากกระดาษเหล่านี้เริ่มต้นจากการออกแบบทั้งจากวัสดุที่มีหรือจากความคิดจินตนาการ หลังจากนั้นก็เตรียมวัสดุที่จะใช้ แล้วจึงลงมือปฏิบัติสร้างผลงาน ส่วนผลงานจะสมบูรณ์เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับเทคนิค วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีความเหมาะสม การประดิษฐ์กระดาษ หมายถึงการนำกระดาษมาจัดทำใหม่ด้วยวิธีต่างๆ เช่น การตัด นึก พับ สาน กกริด ปั่น ขยำ ฯลฯ อย่างสวยงามมีคุณค่าทางศิลปะ โดยยึดหลักทฤษฎีและความสมดุล (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน : 2525)

2.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น

2.1 ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์กับสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ เหตุการณ์ วัตถุ ฯลฯ อันนำไปสู่ความทรงจำและการระลึกถึง เมื่อกิจกรรมนั้นๆ ได้ล่วงผ่านไป ความต้องการที่จะให้การทรงจำปรากฏขึ้นในความรู้สึกอย่างประติดประต่อกัน หรือความต้องการที่จะให้ความประทับใจความสัมพันธ์กันอยู่เรื่อยๆ ไป เนื่องจากอยู่ใกล้กันทำให้โอกาสที่จะพบปะกันมีน้อย ความคุ้นเคยตลอดทั้งสาเหตุอื่นๆ อีกนานัปการเหล่านี้ล้วนอาจนับเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ของที่ระลึกขึ้นเพื่อมอบให้แก่กันและกันได้ทั้งสิ้น (ประเสริฐ ศักรัตน 2544)

2.2 รูปแบบของที่ระลึก

รูปแบบของที่ระลึกมีความแตกต่างกันออกไปอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นรูปลักษณะของบริโภค เครื่องใช้ไม้สอย ตลอดจนเครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะก็ตาม สาเหตุที่ทำให้รูปแบบของสิ่งเหล่านี้แตกต่างกันก็เนื่องมาจากเงื่อนไขอิทธิพลของ

1. วัสดุที่ใช้ทำ (Material)
2. เทคนิคการทำ (Technique)
3. ค่านิยมหรือประเพณีนิยมในท้องถิ่น (Tradition Fashion)

2.2.1. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากวัสดุที่ใช้ทำ (Material)

วัสดุและวัสดุธรรมชาติ สามารถนำมาทำรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์สร้างสรรค์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยถือเอาความสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุและคุณสมบัติประโยชน์ในด้านการนำมาใช้เป็นสำคัญในระยะแรกๆ ต่อมาจึงถือเอาคุณค่าทางด้านความงามและทางด้านการใช้สอย

2.2.2. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากเทคนิคการทำ(Technique)

วิวัฒนาการทางด้านการผลิตอันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ทักษะ และความสามารถความชำนาญ การพัฒนาด้านสติปัญญาทำให้รู้จักสร้างสรรค์ดัดแปลง แต่ง ต่อเติม เพิ่ม ลด รูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการทั้งทางด้านการใช้สอย และความงาม การดัดแปลงสร้างสรรค์เทคนิควิธีการผลิต รวมทั้ง เทคโนโลยีและความก้าวหน้าในเรื่องเครื่องจักรกลยังเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยในการสร้างผลิตสิ่งของ เครื่องใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ ให้มีรูปลักษณะที่ผิดแตกต่างกันออกไปตามกัน ออกแบบสร้างสรรค์ของมนุษย์ให้เกิดกำหนดและบางครั้งก็เกิดความคาดหมาย

2.2.3. การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยสี่ คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อก่อให้เกิดความงามและประโยชน์การใช้สอยทั้งสำหรับตนเองและสังคมมนุษย์แนวความคิดการออกแบบจากแรงบันดาลใจ รูปลักษณะและสัดส่วนตลอดทั้งวิธีการ และ กลไกที่ธรรมชาติสร้างขึ้น โดยสังเกตศึกษาและลอกเลียน กลั่นกรองทดลองแล้วปรับปรุงเกิดเป็นประสบการณ์หรือภูมิปัญญาของมนุษย์ จึงเกิดเป็นแนวทางในการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วยแนวทางคิดประดิษฐ์ขึ้นใหม่ และแนวทางพัฒนาปรับปรุงของเดิมให้ดียิ่งขึ้น งานออกแบบมีมากมายหลายแขนง เช่น การออกแบบสภาพแวดล้อม และการออกแบบสิ่งของหรือผลิตภัณฑ์สิ่งของ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายโดยจำแนกตามลักษณะที่ปรากฏ ดังนั้นงานออกแบบกับงานศิลปะ มีทั้งความเหมือนและความแตกต่าง

การออกแบบและการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design and Product Design) คือ ผลงานสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกิดจากความจำเป็น (Needs) หลักเกณฑ์ในการออกแบบมีปัจจัยหรือเงื่อนไขสองประการคือ ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในโดยกำหนดขอบเขตของงานออกแบบมีด้วยกันสามประการคือ วัสดุและกรรมวิธีการผลิต หน้าที่และประโยชน์ใช้สอย และรูปร่าง องค์ของการออกแบบ (Element of Design) มีความสำคัญมากต่อการออกแบบเพราะองค์ประกอบเป็นมูลฐานที่นักออกแบบและศิลปะที่นำสื่อในการแสดงออกเพื่อการสร้างสรรคผลงานและสร้างความหมายด้วยวิธีการตามหลักการหรือโครงสร้างองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมีจุด (Dot or Point), เส้น (Line), รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form), สี (Color), พื้นที่หรือช่วงระยะ (Space), พื้นผิว (Surface) ดังนั้นโครงสร้างการออกแบบจึงเป็นการจัด จุด เส้น พื้นผิว รูปทรง สี แสง เป็นต้น ให้เกิดความเป็นเอกภาพ สัดส่วน หรือสัดส่วน ความสมดุล ช่วงจังหวะ ความกลมกลืน และความเด่น โดยโครงสร้างเหล่านี้มีจุดมุ่งหมาย คือ ความงาม ความพอดี และหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย (มณฑานันตบุญต่อ, 2540)

2.3 รูปแบบการพัฒนากระดาษใบมะขาม

กระดาษใบมะขามเป็นวัสดุที่ผลิตขึ้นจากพืชโดยนำเยื่อไม้หรือเส้นใยจากใบมะขามมาแปรรูป ผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้ได้กระดาษที่เป็นแผ่น ซึ่งสามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมายหลายชนิดเช่น กรอบรูป โคมไฟ กล่องแบบต่างๆ เป็นต้น เป็นสินค้าประเภทงานฝีมือที่ต้องการความละเอียดอ่อนและใช้การบรรจุภัณฑ์ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น จุดประสงค์หลักคือ เพื่อป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดชำรุดหรือเสียหาย เพื่อการใช้สอย ต้องดึงดูดใจลูกค้าก็ต้องมีจุดเด่นเป็นพิเศษ

สรุปได้ว่า รูปแบบของกระดาษจากใบมะขามนั้นเป็น วัสดุที่หาง่ายและมีอยู่ในท้องถิ่น สามารถนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมายหลายชนิดเช่น กรอบรูป โคมไฟ กล่องแบบต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความละเอียดอ่อนมากและยังป็นงานฝีมือเป็นที่น่าสนใจของคนที่น่าสนใจในงานฝีมือ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรนุช สมภักดี (บทคัดย่อ:2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนากระดาษสาจากเปลือกกระเทียม และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปหอม ภูมิศึกษา

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าจากการศึกษาด้านการผลิตกระดาษผสมเปลือกกระเทียมของกลุ่มสตรีแม่บ้านชุมชนสันดอนรอม พบว่าในการผลิตมี 6 ขั้นตอนด้วยกัน โดยกระดาษที่ใช้ทำจะใช้กระดาษสาโรยไข่เคียวกระดาษลูกฟูก หนังสือพิมพ์ สีที่ได้จะออกมาเป็นสีธรรมชาติ แต่ปัญหาที่พบในกระดาษผสมเปลือกกระเทียมคือ กระดาษมีสีเพี้ยน ไปจากเดิม ลวดลายไม่สวยงาม มีขนาดเล็กไปตรงตามความต้องการของลูกค้า ประจำที่จังหวัด เชียงใหม่ และภายในจังหวัดลำพูน และจากการศึกษาด้านการผลิต การตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์รูปหอมและ กระดาษของ กลุ่มสตรีแม่บ้านชุมชนสันดอนรอม พบว่าผลิตภัณฑ์รูปหอมและผลิตภัณฑ์ ก ะดาษจะจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั่วไปนักท่องเที่ยว และพ่อค้าคนกลางมารับซื้อจากแหล่งการผลิตเพื่อนำไปจำหน่ายภายใน ภายในจังหวัดลำพูน และจังหวัดเชียงใหม่ ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์และปัญหาผลิตภัณฑ์ ก ะดาษพบว่าบรรจุภัณฑ์สินค้ารูปหอม นั้น ใช้ถุงพลาสติกห่อหุ้มผลิตภัณฑ์และยังไม่มีกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกตลาด บนผลิตภัณฑ์ มีสีสันไม่สวยงาม ไม่สอดคล้องกับบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุภัณฑ์ กระดาษที่มีผู้บริโภคสั่งมากเกิน 30 ห่อ และผลจากการทดลอง พัฒนากระดาษสาโรยไข่เคียวผสม

เปลือกกระเทียม กระดาษลูกฟูกผสมเปลือกกระเทียม พบว่ากระดาษสีธรรมชาติที่ได้จากการทดลองมีความเหนียวมีผิวที่ขรุขระเล็กน้อยเพราะมีเยื่อกระดาษที่มีความเหนียวที่มากยิ่งขึ้น สีที่ได้เป็นสีธรรมชาติคือสีน้ำตาล ราคาต้นทุนของกระดาษจะลดลง

สรุปได้ว่า กระดาษผสมเปลือกกระเทียมที่ได้จากการทดลองมาออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าผลิตภัณฑ์รูปหอม และกะละแมที่เป็นสินค้าของชุมชน ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้กลุ่มสตรีแม่บ้านชุมชนสันดอนรอม ได้กระดาษผสมเปลือกกระเทียมที่มีสีธรรมชาติและกระดาษรีไซเคิลเป็นรวดลายใหม่ที่งามแปลกตาและได้บรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนที่เป็นผลิตภัณฑ์รูปตระไคร้ หอม รูปหอมจากเปลือกกล้วย รูปเกสรดอกไม้และกะละแม จำนวน 4 แบบตามแนวคิดให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็น family เดียวกัน พร้อมออกแบบฉลากสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนโดยเน้นจุดเด่นของชุมชน ภายในฉลากจะบอกถึงส่วนผสมของสินค้าผลิตภัณฑ์ระยะเวลาในการเก็บรักษารวมถึงราคาสินค้า ที่อยู่ผู้ผลิตสินค้า



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของใบมะขามผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานและขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นบุคลากรในจังหวัดเพชรบูรณ์และบุคคลที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น จำนวน 40 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการค้นหาวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษา คือ ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่และความพึงพอใจของกลุ่มบุคลากรที่สนใจ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ลักษณะเครื่องมือแบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

2.1 แบบสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากจังหวัดเพชรบูรณ์

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับการอบรม
เพชรบูรณ์ โดยแบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ด้านข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 ด้านข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในสินค้าของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดเพชรบูรณ์

1. ดร. พรรณราย เทียมตัน
2. ผศ.ดร. วิไลวรรณ วิภาจักษณ์กุล

3. ผศ.ดร. สุนีย์ บุญพิทักษ์

3. นำแบบประเมินความพึงพอใจมาปรับปรุงแก้ไขข้อความและจัดทำแบบสมบูรณ์เพื่อเตรียมไปเก็บข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อขอความร่วมมือจากบุคลากรทางการศึกษาที่เกี่ยวกับเด็กปฐมวัย เพื่อขอความร่วมมือ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

2. ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และโครงการอบรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยผู้วิจัยนัดประชุมชี้แจงรายละเอียดของโครงการวิจัยและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย และได้แนะนำผู้ช่วยวิจัยให้ทราบ ได้ทำการชี้แจงให้ผู้สัมภาษณ์ทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการ การอบรมดำเนินการวิจัย และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 การดำเนินการสัมภาษณ์บุคลากรทางการศึกษาเกี่ยวกับบริบทและรูปแบบของการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

- 1.1 ประชุมทีมงานวิจัย และผู้ช่วยนักวิจัย เพื่อกำหนดวันในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 1.2 สัมภาษณ์บุคลากรทางการศึกษาและกลุ่มนักท่องเที่ยว
- 1.3 จัดการประชุมสัมมนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม จำนวน 1 วัน โดยสัมภาษณ์และศึกษา
- 1.4 สันทนาและศึกษาลักษณะรูปแบบ ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม เช่น โคมบาย กรอบรูป เป็นต้น

ระยะที่ 2 การดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบมะขาม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

- 1.1 ติดต่อวิทยากร และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ 10 รูปแบบ โดยใช้กระดาษจากใบมะขามเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการผลิต
- 1.2 นำมาสร้างแบบตัด และรูปแบบสำเร็จ เลือกรูปแบบที่น่าสนใจ ได้ดังนี้
 2. 2.1 โคมบาย
 2. 2.2 กรอบรูป

2. 2.3 การ์ด
2. 2.4 กล่องใส่กระดาษทิชชู
2. 2.5 กล่องเอนกประสงค์
2. 2.6 หนังสือป๊อบอัพ
2. 2.7 โคมไฟ
2. 2.8 สมุดโน้ต
2. 2.9 ดอกไม้

2.2.10 การบูรหอม

ระยะที่ 3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระดาษจากใบมะขาม โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้แก่กลุ่มบุคลากรและผู้สนใจ จำนวน 40 คน เป็นระยะเวลา 2 วัน โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

3.1 ขอนหนังสือราชการจากทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์แจ้งกำหนดการอบรมแก่กลุ่มแก่กลุ่มบุคลากรและผู้สนใจ

3.2 นัดหมายกลุ่มบุคลากรและผู้สนใจในจังหวัดเพชรบูรณ์ และโรงเรียนรัฐบาลและเอกชนที่สังกัดงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบูรณ์ เพื่อเข้ารับการอบรมตามกำหนดการในตารางการอบรม

3.3 จัดวัสดุ – อุปกรณ์ ในการอบรม

3.4 ทำหนังสือเชิญวิทยากร

3.5 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่กลุ่มแก่กลุ่มบุคลากรและผู้สนใจ ในวันที่ 6-7 สิงหาคม 2554

ระยะที่ 4 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ความพึงพอใจของกลุ่มแก่กลุ่มบุคลากรและผู้สนใจ ในการได้รับการพัฒนาอบรมเชิงปฏิบัติการดังนี้

4.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบแบบประเมินความพึงพอใจให้พอกับกลุ่มตัวอย่างและแจกแบบประเมินโดยเก็บข้อมูลหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการ

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบ สอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละทางสถิติโดยใช้ค่าสถิติ ขึ้นพื้นฐานโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบ สอบถาม มาวิเคราะห์ของมูลดังนี้

1.1 นำข้อมูลตอนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ถือสัมภาษณ์ในด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานะภาพมาเสนอผลเป็นค่าร้อยละ

1.2 นำข้อมูลตอนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลการผลิตของที่ระลึกจากกระดาษ
ใบมะขาม ประกอบด้วย ชนิดของที่ระลึก ต้นทุน วิธีการจำหน่าย โดยการสรุปอภิปราย

1.3 นำข้อมูลตอนที่ 3 ซึ่งเกี่ยวกับสภาพปัญหา และโอกาส ในการพัฒนา
ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม และเสนอผลเป็นคำร้อยละ

1.4 นำข้อมูลตอนที่ 4 ซึ่งเกี่ยวกับความต้องการ ในการผลิตของที่ระลึก
ชนิดต่างๆ ทั้งข้อดีและข้อเสีย มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

1.5 นำข้อมูลตอนที่ 5 ซึ่งเกี่ยวกับข้อเสนอแนะมาสรุปและวิเคราะห์
ข้อมูล

2. ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินความพึงพอใจ มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ

2.1 นำข้อมูล ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไป โดยมาหาค่าเฉลี่ยร้อยละ

2.2 นำข้อมูล ตอนที่ 2 ซึ่ง การให้บริการ การอำนวยความสะดวก และ
ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม

2.3 นำข้อมูลตอนที่ 3 ซึ่งเกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์
กับตัวแปรคือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. หาค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามข้อนั้น} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม}}$$

2. หาค่าเฉลี่ย

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนน

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง ง

3. การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และ
อังคณา

สายยศ. 2538:76)

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

N แทน จำนวนนักเรียนทั้งหมด

x^2 แทน คะแนนแต่ละช่องยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละช่องยกกำลัง

สอง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทุกช่องทั้งหมดยก

กำลังสอง



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ของงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาใบมะขาม โดยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- n แทน จำนวนกลุ่มเป้าหมาย
x แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

การเสนอแบบการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้บริโภค โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ด้านข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 ด้านข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในสินค้าของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดเพชรบูรณ์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแหล่งจำหน่ายจากจังหวัดเพชรบูรณ์จากแหล่งใดบ้าง

ตอนที่ 4 การซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดเพชรบูรณ์

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2.การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมิน ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่ได้รับการพัฒนาโดยการอบรมเชิงปฏิบัติการในการผลิตของที่ระลึก

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล

1.จากแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว เรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาใบมะขาม

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

รายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	46	29
2. อายุ	หญิง	111	70
	ต่ำกว่า 20 ปี	1	1
	21 – 25	45	29
	26 – 30	61	29
	31 – 35	3	2
	36 – 40	24	15
	41 – 45	19	12
	46 – 50	3	2
	50 ปีขึ้นไป	7	4
3. การศึกษา	โรงเรียนประถมศึกษา	7	4
	มัธยมศึกษาตอนต้น	4	2
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ป.ว.ช.	27	17
	อนุปริญญา	15	10
	ปริญญาตรี	97	62
	สูงกว่า ปริญญาตรี	12	8

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ	ข้าราชการ – รัฐวิสาหกิจ	23	15
	พนักงานบริษัทเอกชน	11	7
	ธุรกิจส่วนตัว	39	25
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	11	7
	เกษตรกร	24	15
	นักเรียน / นักศึกษา	13	8
5. รายได้ต่อเดือนของท่าน	ไม่เกิน 10,000 บาท	78	50
	10,001 - 20,000 บาท	53	34
	20,001 - 30,000 บาท	11	10
	30,001 - 40,000 บาท	4	2
	40,001 - 50,000 บาท	4	2
	50,000 บาทขึ้นไป	2	1

จากตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตของที่ระลึก เพื่อจำหน่ายนักท่องเที่ยวเป็นเพศ หญิง 40 คน คิดเป็นร้อยละ 100อายุ กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตของที่ระลึก เพื่อจำหน่ายนักท่องเที่ยวในครั้งนี้ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29 มีอายุ 31-35 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 มีอายุ 36-40 ปี จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 15 มีอายุ 41-45ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12 มีอายุ 46-50ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 มี 50 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

การศึกษา โรงเรียนประถมศึกษา 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4 มีการศึกษาระดับมัธยมต้นมี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช .มี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 17 มีการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่อนุปริญา 15 คนคิดเป็นร้อยละ 10 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมี 97 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

อาชีพ ข้าราชการ – รัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15 คน อาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชนจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 25 คน อาชีพแม่บ้าน พ่อบ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7 คน อาชีพเกษตรกร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8 คน ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนรายได้ไม่เกิน ไม่เกิน 10,000 บาทจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50 คน รายได้ 10,001 - 20,000 บาท บาทจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 34 คน รายได้ 20,001 - 30,000 บาทจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10 คน คน รายได้ 30,001 - 40,000 บาทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 คน รายได้ 40,001 - 50,000 บาทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 คน รายได้ 50,000 บาทขึ้นไปจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 คน ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจในสินค้า

ตารางที่ 3 แสดงความรู้ความเข้าใจในสินค้า

รายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.สินค้าของฝากที่ระลึก ประเภทบริโภคน	มะขามแช่อิ่ม	156	99
	ไวน์มะขาม	146	93
	มะขามอบแห้ง	138	88
	แยมมะขาม	152	97
	น้ำมะขาม	68	43
	มะขามกวน	139	88
2. สินค้าของฝากที่ระลึก ประเภทใช้สอย	ครีมมะขาม	120	76
	สบู่มะขาม	157	100
	สร้อยคอ	79	50
3. สินค้าของฝากที่ระลึก ประเภทตกแต่ง	แจกัน	102	65
	แผ่นไม้มะขามแกะสลัก	157	100
	ดินสอไม้มะขาม	145	92
	ดอกไม้จากใบมะขาม	0	0
	ตุ๊กตาไม้มะขาม	155	99
4. สินค้าของฝากที่ระลึก	โมบายมะขาม	135	86

ประเภทวัตถุทางศิลปะ	กระดาษาใบมะขาม	14	9
	พวงกุญแจ	168	11
	สลักชื่อกิ่งมะขาม	156	99

จากข้อมูลในตารางที่ 3 วิเคราะห์ได้ดังนี้ รายได้ต่อเดือนรายได้ไม่เกิน ไม่เกิน 10,000 บาทจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50 คน รายได้ 10,001 - 20,000 บาท บาทจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 34 คน รายได้ 20,001 - 30,000 บาทจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10 คน รายได้ 30,001 - 40,000 บาทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 คน รายได้ 40,001 - 50,000 บาทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 คน รายได้ 50,000 บาทขึ้นไปจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 คน ตามลำดับ

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาและ โอกาสในการพัฒนาของที่ระลึกฯ
ตารางที่ 4 แสดงสภาพปัญหาและ โอกาสในการพัฒนาของที่ระลึกฯ

รายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สินค้าที่นำมาบริโภค มีคุณภาพ	เห็นด้วย	135	86
	ไม่เห็นด้วย	22	14
2. สินค้าประเภท บริโภคขาดความเป็น เอกลักษณ์	เห็นด้วย	149	95
	ไม่เห็นด้วย	8	5
3. สินค้าบริโภคมีให้ เลือกซื้อน้อย	เห็นด้วย	141	90
	ไม่เห็นด้วย	16	10
4. มะขามเป็นสินค้าที่มี ชื่อเสียง	เห็นด้วย	152	97
	ไม่เห็นด้วย	5	3
5. สินค้า OTOP มะขามมีความเป็น	เห็นด้วย	157	100
	ไม่เห็นด้วย	0	0
6. เอกลักษณ์	เห็นด้วย	157	100
	ไม่เห็นด้วย	0	0

จากตารางที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ร้อยละ 10

มะขามเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง เห็นด้วย 152 คน คิดเป็นร้อยละ 97 ไม่เห็นด้วย 5 คน คิดเป็น

ร้อยละ 3

สินค้า OTOP มะขามมีความเป็นเอกลักษณ์ เห็นด้วย 157 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่เห็นด้วย 0 คน
คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

อยากให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมากกว่านี้และการบรรจุผลิตภัณฑ์ควรมี
ปริมาณสินค้าให้เหมาะสมกับราคา มีแพ็คเกจที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์มากกว่านี้

2. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้รับการอบรม ในการเข้าร่วม
อบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระด่าใบมะขาม โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2
ส่วน ตามลำดับดังนี้ แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 เป็นการประเมินผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของผู้เข้ารับการอบรม

ตอนที่ 3 เป็นความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ต่อการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ

คำอธิบาย : โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดของท่าน และกำหนดระดับความคิดเห็น
ของท่านตามคะแนน ดังนี้

5.51 – 5.00 มากที่สุด

3.51- 4.50 มาก

2.51 – 3.50 ปานกลาง

1.51 – 2.50 น้อย

1.00 – 1.50 น้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

รายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	-	-
	หญิง	40	=100
2. อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	7	=17
	21- 35 ปี	30	=75
	36 – 50 ปี	3	=2.5
	50 ปีขึ้นไป	-	
3. การศึกษา	โรงเรียนประถมศึกษา	2	=5
	มัธยมศึกษาตอนต้น	5	=12.5
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ป.ว.ช.	10	=25
	อนุปริญญา	13	=32
	ปริญญาตรี	10	=25
	สูงกว่า ปริญญาตรี		
4. อาชีพ	ค้าขาย	12	=30
	พนักงานบริษัทเอกชน	3	=7.5
	ธุรกิจส่วนตัว	9	=22
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	10	=25
	เกษตรกร	6	=15

ตอนที่ 2 เป็นการประเมินผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของผู้เข้ารับการอบรม
ตารางที่ 6 แสดงระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม

รายการ	$\bar{x}$	S.D	สรุปผล
1. หัวข้อเรื่องการอบรมมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบูรณ์	4.08	0.55	มาก
2. วิทยากรมีความรู้และความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาเทคนิควิธีการอย่างเหมาะสม	4.03	0.60	มาก
3. วิทยากรใช้สื่อช่วยในการบรรยายการสาธิต	4.09	0.68	มาก
4. วิทยากรเปิดโอกาสให้ซักถาม	4.13	0.17	มาก
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาฝึกอบรมมีความน่าสนใจ	4.03	0.79	มาก
6. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดทำสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน	3.93	0.55	มาก
7. ผู้เข้ารับการอบรมได้รับความรู้จากการอบรมในครั้งนี้	4.28	0.54	มาก
8. ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้	4.14	0.59	มาก
9. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรมมีเพียงพอต่อการเข้ารับการฝึก	4.09	0.61	มาก

รายการ	$\bar{x}$	S.D	สรุปผล
10. เวลาที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม	4.08	0.55	มาก
11. สถานที่ที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการจัดอบรม	4.03	0.60	มาก
12. การจัดสถานที่มีจำนวนเพียงพอที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้เข้ารับการอบรม	4.29	0.68	มาก
13. อาหารและเครื่องดื่มที่จัดในช่วงพักของการอบรมมีความเหมาะสม	4.05	0.65	มาก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

รายการ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
- ควรมีอุปกรณ์เยอะกว่านี้	4 คน	8
- ควรมีสถานที่กว้างกว่านี้	5 คน	10
- ควรมีการจัดอบรมบ่อย ๆ	9 คน	18
- ควรมีเวลาการอบรมหลาย ๆ วันเพราะจะได้ความรู้เพิ่มขึ้น	1 คน	2
- อยากให้มีการสอนตัดเย็บเสื้อผ้าเพราะมีคนสนใจมาก	2 คน	4
- อยากทำตุ๊กตา	2 คน	4
- อยากมีการจัดอบรมทำกระเป๋า	3 คน	6
- อยากมีการจัดอบรมทำขนมจีน	5 คน	10
- อยากมีการจัดอบรมทำขนมหวาน เช่น ขนมเค้ก ขนมไทย	8 คน	16
- อยากมีการจัดอบรมทำอาหาร	3 คน	6

- อยากให้มีแบบนี้เยอะ ๆ	4 คน	8
- ต้องการตลาดรับสินค้าไปจำหน่ายให้มากกว่านี้	4 คน	8

จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับการอบรม สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ส่วนใหญ่ผู้เข้ารับการอบรมเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17 อายุ 21-35 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 75 อายุ 36-50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 การศึกษา ระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับอนุปริญญา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อาชีพ ค้าขาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22 แม่บ้าน / พ่อบ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เกษตรกร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตอนที่ 2 เป็นการประเมินผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของผู้เข้ารับการอบรม

1. หัวข้อเรื่องการอบรมมีความเหมาะสมกับการส่งเสริมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ในระดับ มาก
2. วิทยากรมีความรู้และความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาและเทคนิควิธีการอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.03 ในระดับ มาก
3. วิทยากรใช้สื่อช่วยในการบรรยายการสาธิต มีค่าเฉลี่ย 4.09 ในระดับ มาก
4. วิทยากรเปิดโอกาสให้ได้ซักถาม มีค่าเฉลี่ย 4.13 ในระดับ มาก
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาฝึกอบรมมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ในระดับ มาก
6. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดทำสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.93 ในระดับ มาก
7. ผู้เข้ารับการอบรมได้รับความรู้จากการฟังหรือร่วมปฏิบัติกิจกรรมที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.28 ในระดับ มาก
8. ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ในระดับ มาก
9. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรมมีเพียงพอต่อการเข้ารับการฝึก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ในระดับ มาก
10. เวลาที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.08 ในระดับ มาก
11. สถานที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการจัด มีค่าเฉลี่ย 4.03 ในระดับ มาก
12. การจัดสถานที่ที่มีจำนวนเพียงพอที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้เข้ารับการอบรม มีค่าเฉลี่ย 4.29 ในระดับ มาก

13. อาหารและเครื่องดื่มที่จัดในช่วงพักของการอบรมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.05 ในระดับ
มาก

ตอนที่ 3 จากการวิเคราะห์ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สรุปได้ว่า ผู้เข้ารับการอบรมมี
ข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีอุปกรณ์เยอะกว่านี้ ควรมีสถานที่กว้างกว่านี้ ควรมีการจัดอบรมบ่อย ๆ ควรมีเวลา
การอบรมหลาย ๆ วันเพราะจะได้ความรู้เพิ่มขึ้นอยากให้มีการสอนตัดเย็บเสื้อผ้าเพราะมีคนสนใจมาก อยาก
ทำตุ๊กตาอยากมีการจัดอบรมทำกระเป๋าอยากมีการจัดอบรมทำขนมจีน อยากมีการจัดอบรมทำขนมหวาน
เช่น ขนมเค้ก ขนมไทย อยากมีการจัดอบรมทำอาหาร อยากให้มีแบบนี้เยอะ ๆ และต้องการตลาดรับสินค้า
ไปจำหน่ายให้มากกว่านี้



บทที่ 5

การสรุปและการอภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งพัฒนา ผลผลิตกันท์ของที่ระลึกจากกระดасыใบมะขาม ทำให้ทราบแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลผลิตกันท์ กระดасыใบมะขาม และเพื่อเป็นแนวทางให้แก่ ผู้ที่สนใจพัฒนารูปแบบใหม่ เพื่อเป็นเอกลักษณ์ การปรับปรุงและการพัฒนาผลผลิตกันท์เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทและทัศนคติของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาผลผลิตกันท์ของที่ระลึก จากกระดасыใบมะขามจำนวน 10 รูปแบบ
3. เพื่อส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาผลผลิตกันท์ของที่ระลึกจากใบมะขาม
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับผลผลิตกันท์ที่ระลึกจากกระดасыใบมะขาม

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นบุคลากรในจังหวัดเพชรบูรณ์และบุคคลที่จำหน่ายผลผลิตกันท์ในท้องถิ่น จำนวน 40 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการค้นหาวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษา คือ

- 3.1 ตัวแปรต้น คือ การพัฒนาผลผลิตกันท์ของที่ระลึกจากกระดасыใบมะขาม
- 3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2553 – 30 กันยายน 2554

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม

1. ผลจากการศึกษาบริบทและทัศนคติของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดเพชรบูรณ์ จากการสอบถามท่องเที่ยวและบุคคลที่อยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกบ่อยและผู้ที่มียุทธศิลป์ในการตัด สนใจในการเลือกซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกมากที่สุดนั้นส่วนใหญ่ ตัดสินใจด้วยตนเอง นิยมเลือกซื้อประเภทของฝากของที่ระลึก ประเภทใดสินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทบริโภค ประเภทใช้สอย ประเภทตกแต่ง ประเภทวัสดุงานศิลปะ

2. ผลความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ โดยนักวิจัยได้นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบพร้อมแบบตัด วัสดุ-อุปกรณ์ในการอบรม ให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม และได้มอบผลิตภัณฑ์ตามที่สนใจให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม เป็นตัวอย่าง ผลจากแบบสอบถามพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจในระดับดีมาก

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบมะขามหวานจากผลการวิจัยอภิปรายผลดังนี้

1. จากการศึกษานักท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว สนใจของที่ระลึก เพื่อจำหน่าย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การตัดสินใจ ในการเลือกซื้อสินค้า ส่วนใหญ่จะซื้อจากรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สวยงามและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริโภคแต่จะเน้นที่คุณภาพเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์บริโภคเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องการซื้อไปใช้สอย การตัดสินใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บางชนิดนั้นขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้าซึ่งสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยหลักการด้านจิตวิทยา ไม่ใช่เหตุผลทางด้านเศรษฐกิจหรือประโยชน์ที่ได้รับ

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม การผลิตกระดาษที่มีขั้นตอนกระบวนการผลิตโดยนำวัสดุจากธรรมชาติมาทำเป็นแผ่นกระดาษเพื่อใช้งานโดยเน้นความสวยงาม ความโดดเด่น เรื่องของผิวสัมผัส ความแปลกใหม่ นิยมมาใช้ในการตกแต่ง และมีความเหนียว

พอประมาณ กระดาษใบมะขามที่ทำขึ้นมี 2 แบบคือ ใบมะขาม 100 % และใบมะขาม 50% เยื่อกระดาษหรือกระดาษ ทิสซู 50% ซึ่งกระดาษใบมะขามนั้นเป็น วัสดุที่หาง่ายและมีอยู่ในท้องถิ่น สามารถนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมายหลายชนิด

3. การส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม พบว่าผู้เข้ารับการอบรมมีความสนใจด้านการทำผลิตภัณฑ์จากกระดาษใบมะขาม ซึ่งกระดาษใบมะขามมีขั้นตอนการทำที่ไม่ซับซ้อนมากนัก ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกระดาษใบมะขามนั้น มี 10 แบบ คือ 1-10 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์รูปลักษณะเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ส่วนที่มีตัวตน คือ ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสัมผัสหรือรับรู้ได้ เป็นส่วนที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ขึ้น ลักษณะรูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4. ความพึงพอใจของผู้รับการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากกระดาษใบมะขามที่เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจ ในด้านความรู้ที่ได้รับจากการฟังหรือการร่วมปฏิบัติการกิจกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดทำสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งมีระดับความคิดเห็น ในระดับที่ดีมากหรือเหมาะสมมากที่สุดและมีข้อเสนอแนะในการอบรมในครั้งนี้ คือ ควรมีระยะเวลาในการอบรมที่มากกว่านี้ เพราะจะได้ความรู้เพิ่มขึ้น ควรสอนตัดเย็บเสื้อผ้าเพราะมีคนสนใจมาก อยากให้มีการจัดจำหน่าย ที่เป็นหลักแหล่งที่ถาวรและการต้องการตลาดที่รับสินค้าไปจำหน่ายให้มากขึ้นกว่านี้

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระดาษจากใบมะขาม มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยต่อไปดังนี้

1. ควรมีการจัดตั้งงานหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของกลุ่มแม่บ้านโดยกำหนดเป็นหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้าน
2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการ องค์กรและระบบเครือข่ายงานหัตถกรรมจากของที่ระลึก
3. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก อื่น ๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ชุมชนนั้น ๆ
4. ควรศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในชุมชน



บรรณานุกรม

แทนติยา ทองใบ.(2553).การพัฒนาศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ธงชัย สันติวงษ์.(2537). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

มณเฑาะว์ ต้นบุญต่อ. (2540). หลักการออกแบบ. ศูนย์ผลิตสถาบันราชภัฏมหาสารคาม.

มีนา เชาวลิ. (2542). กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. (2538). ศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน. ดันอ. กรุงเทพฯ.

วิบูล จันทรย์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัด
ลพบุรี.มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีรฟิล์ม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ : ธนธการพิมพ์

สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2541). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดขงพลเทรดดิ้ง.

สรวงพร กุศลส่ง.(2553).สุนทรียภาพทางศิลปะระดับปฐมวัย .ดีดีการพิมพ์

อรนุช สมภักดี.(2548).การพัฒนากระดาษจากเปลือกกระเทียมและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปหอม.

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ

แหล่งข้อมูลทาง Website

<http://www.hilltribe.org>.

ข้อมูลและประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ – นามสกุล

นางสรวงพร กุศลส่ง

Miss. SROUNGORN KUSOLSONG

2. หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน

3101000501748

3. ตำแหน่งทางวิชาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
รหัสไปรษณีย์ 67000 โทรศัพท์ และโทรสาร 056-717147 Hometoy@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

5.1 สำเร็จการศึกษา หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี
ราชมนฑล พ.ศ.2527

5.2 สำเร็จการศึกษา หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานปฐมวัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2538

6. ประวัติการทำงาน

- เริ่มรับราชการ เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2530 ตำแหน่งอาจารย์ 1 ระดับ 3 สถาบันเทคโนโลยีราช
มนฑล วิทยาเขตพระนครใต้

- โอนมารับราชการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2541 จนถึงปัจจุบัน

7. ผลงานวิจัยที่สำคัญ

ปีที่ทำ	ชื่อเรื่องวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน	จำนวนทุนวิจัย
2547	โครงการวิจัยและพัฒนา ครูและโรงเรียนเพื่อเป็น โรงเรียนร่วมพัฒนา วิชาชีพครู คณะครู ศาสตร์มหาวิทยาลัราช ภัฏเพชรบูรณ์	ผู้ร่วมวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการ อุดมศึกษา (สกอ.)	
2548	โครงการวิจัยและพัฒนา โรงเรียนร่วมพัฒนา วิชาชีพครู	ผู้ร่วมวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการ อุดมศึกษา (สกอ.)	
2549	การพัฒนากระบวนการ จัดการศึกษาระดับ ปฐมวัยสำหรับครูพี่เลี้ยง เด็กประจำศูนย์พัฒนา เด็กก่อนวัยเรียนจังหวัด เพชรบูรณ์	หัวหน้าโครงการ	จังหวัดเพชรบูรณ์	590,000บาท
ปีที่ทำ	ชื่อเรื่องวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน	จำนวนทุนวิจัย
2550	การศึกษารูปแบบการ จัดการเรียนรู้แบบบูรณา การที่ส่งผลต่อทักษะ การคิดของนักศึกษาสาย ครุศาสตร์ (คบ.5ปี)	หัวหน้าโครงการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบูรณ์	23,000 บาท
2550	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวของชาว ไทยภูเขาเผ่าม้งเพื่อการ ท่องเที่ยวบ้านเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขา ค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์	ผู้ร่วมวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการ อุดมศึกษา (สกอ.)	75,300 บาท
2552	โครงการหลักสูตรการ ฝึกอบรมการบริหารจัด	หัวหน้าโครงการ	องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	-

	การศึกษาศานศึกษา ระดับปฐมวัยสำหรับ ผู้บริหรท้องถิ่น			
2551-2552	การจัดกิจกรรมสวน พฤกษศาสตร์ พรรณไม้ ท้องถิ่นประกอบการ จัดทำสารนิทัศน์เพื่อ พัฒนาทักษะ กระบวนการ วิทยาศาสตร์สำหรับเด็ก ปฐมวัย	หัวหน้าโครงการ	สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย	10,000 บาท
2553	การพัฒนางานศิลปะ จากวัสดุรีไซเคิล เพื่อ ส่งเสริมการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	หัวหน้าโครงการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบูรณ์	15,000 บาท
ปีงบประมาณ 2554	- การพัฒนาความรู้ ระดับปฐมวัยผู้ท้องถิ่น	หัวหน้าชุด โครงการ	สำนักงานคณะกรรมการ วิจัยแห่งชาติ (วช.)	316,900 บาท
	1. การพัฒนา กระบวนการเรียนรู้ สำหรับครูปฐมวัย	หัวหน้าชุด โครงการ	สำนักงานคณะกรรมการ วิจัยแห่งชาติ (วช.)	70,000 บาท
	2. การศึกษาแหล่งเรียนรู้ ทางธรรมชาติเพื่อการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับเด็กปฐมวัย	ผู้ร่วมวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการ วิจัยแห่งชาติ (วช.)	70,000 บาท
	3. การพัฒนาตำรับ อาหารสำหรับเด็ก ปฐมวัย	ผู้ร่วมวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการ วิจัยแห่งชาติ (วช.)	700,000 บาท
ปีที่ทำ	ชื่อเรื่องวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน	จำนวนทุนวิจัย
ปีงบประมาณ 2554	- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากมะขามเพื่อสร้าง เศรษฐกิจชุมชน	ผู้ร่วมวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการ วิจัยแห่งชาติ (วช.)	810,000 บาท

	1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกจากกระดาษ ใบมะขาม	หัวหน้าโครงการ	สำนักงานคณะกรรมการ อุดมศึกษา (สกอ.)	126,426 บาท
2554	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้า ทอมุขบ้านตัว เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ของชุมชน ตำบลบ้ายตัว อำเภอห่มสั๊ก จังหวัด เพชรบูรณ์	หัวหน้าโครงการ	มหาวิทยาลัยนเรศวร	195,681 บาท



ผู้วิจัยร่วม

1. ชื่อ – นามสกุล

นาง สวรรสินทร์ ขุนแก้ว

Rossarin Koonkaew

2. หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน

1679900120658

3. ตำแหน่ง

อาจารย์ประจำพิเศษ

4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
รหัสไปรษณีย์ 67000 โทรศัพท์ และโทรสาร 056-717147

5. ประวัติการศึกษา

5.1 สำเร็จการศึกษา หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

5. ประวัติการทำงาน

- ทำงานที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 54 จนถึงปัจจุบัน