



การออกแบบพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มของที่ระลึก ประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับ วัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต ในจังหวัดปทุมธานี

วรรณิศา สหสมโชค^{1*} รัฐไท พรเจริญ² และ สุพรรณ สมไทย³

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การออกแบบพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มของที่ระลึกประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต ในจังหวัดปทุมธานี เป็นวิจัยเชิงประยุกต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบ วัสดุและวิธีการผลิตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่อาจเป็นของใช้หรือของตกแต่งบ้านรวมทั้งความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาวิเคราะห์กำหนดหาแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อทำการออกแบบพัฒนาและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษาด้านความต้องการขั้นต้นก่อนการออกแบบ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ในเขตภาคกลางจำนวน 216 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง และกลุ่มผู้บริโภครวมผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน เพื่อประเมินความพอใจหลังการสร้างชิ้นงานเสร็จ กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มที่มีรายได้และมีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน ที่อยู่ในเขตภาคกลาง จำนวน 205 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ประกอบด้วยแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ แบบมาตราส่วนประมาณค่าและปลายเปิด การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาความต้องการของผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ มีความสนใจซื้อสินค้าประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน มีความต้องการให้พัฒนาด้านรูปแบบหรือรูปทรงเป็นแบบคลาสสิกที่ดูเรียบง่าย โดยมีสีสันโทนมธรรมชาติและเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติประกอบกับวัสดุชนิดอื่นๆ นำผลการศึกษาความต้องการของผู้ซื้อสินค้ามาออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 9 รูปแบบ และจากการนำผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ 9 รูปแบบมาประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ในด้านรูปทรงมีความสวยงาม น่าใช้ มีการใช้วัสดุต่าง ๆ ได้อย่าง

^{1*}รองศาสตราจารย์สาขาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

^{1*}Email: vonneejit@yahoo.com



เหมาะสม มีความแปลกใหม่ และยังคงลักษณะความเป็นไทย มีโครงสร้างที่เหมาะสม มีความประณีต และมีความคิดสร้างสรรค์ นำใช้งานง่ายต่อการทำความสะอาด มีความปลอดภัยในการใช้งานและการดูแลบำรุงรักษาง่าย รูปทรงโดดเด่น มีการตกแต่งพื้นผิวชิ้นงานเหมาะสม และสีสันทนสวยงาม

คำสำคัญ : ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก วัสดุธรรมชาติ วัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต



Prototype Design and Development of Home Use Souvenirs and Home Decorative Items, Produced from Natural Material and Production Wastage from Pathum-thani Province

Wannipuk Sahasomchoke^{1*} Ratthai Porncharoen² and Supun Somthai³

Abstract

The study is conducted by applied research in which the objectives are the following : Study information in regards to forms, materials and production process of home use and home decoration resources as well as the requirements of the target group ; analyzing the collected information so that a guideline can be effectively created in order to develop the design of the new product prototypes. Development and interpretation of the prototype design ; and review how the design prototype has fulfilled the target consumer group's satisfaction. Statistical population and sampling: The populations of interest in this study are the following : Product consumer in general, with criteria of earning specific income and residing in central Thailand. A simple random sample results in a sample size of 216 persons. Product consumer specifically with the criteria of interest in home use and home decorative items, earning a specific income and residing in central Thailand. A simple random sample results in a sample size of 205 persons. Measures: Data are collected by questionnaires designed by researcher. The questionnaires comprise of check list, rating scales and numeric open end questions. Data analysis used percents, arithmetic means, and standard deviations. Interpretation and conclusions : is apparent that majority of the product consumers are interested in purchasing the home use souvenirs and home decorative items, which are creatively developed to reflect the simple, long lasting look and natural earth tone in color. Natural materials should be

^{1*}Associate Professor in Fine and Applied Arts Program, Phranakhon Rajabhat University

²Assistant Professor in Product Design Program, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University

³Assistant Professor in Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Dusit Rajabhat University

^{1*}Email : vonneejit@yahoo.com



used in combination with some others. As a result of this conclusion, 9 prototype designs are developed in conjunction with the findings. 9 prototypes developed are subsequently used to conduct a study and concluded by the target consumers as satisfactory. They are addressed as appropriate in terms of forms, materials, creativity, craftsmanship, maintenance, safety, beauty, texture and yet uniquely Thai.

Keywords: Design of Home Use Souvenirs, Natural Material, Production Wastage



บทนำ

แนวคิดหลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลปัจจุบัน ที่ทรงพระราชทานให้แก่พสกนิกรชาวไทย รัฐบาลตลอดจนหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนได้น้อมนำปฏิบัติ และรัฐบาลได้กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยมีเป้าหมายให้คนไทยพอมีพอกิน สามารถนำภูมิปัญญาไทย มาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อที่จะต่อยอดจากภูมิปัญญาเดิมรวมทั้งลดต้นทุนการผลิต

หลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นในปี พ.ศ. 2540 ที่เกิดปัญหาภาวะเงินเฟ้อ ค่าเงินผันผวน ปัญหาการว่างงานทั่วทั้งประเทศ ซึ่งรัฐบาลได้ปรับแก้และสร้างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศขึ้น ที่เน้นการแก้ปัญหาในระดับรากหญ้าสู่ชาวบ้านในชนบทให้มีความสามารถมีรายได้เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพรวมทั้งสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานจากภาครัฐบาลที่ให้ความช่วยเหลือสู่ชุมชนเกิดขึ้นหลายหน่วยงาน เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs.) โดยมีเป้าหมายหลักที่จะผลักดันให้ประชาชนสามารถประกอบธุรกิจเป็นของตนเองได้ รวมทั้งมีการจัดตั้งหน่วยงานพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SML.) ที่มีงบประมาณสนับสนุน ในการพัฒนาท้องถิ่นให้กับทุกชุมชน เพื่อที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้เกิดขึ้น โดยยึดหลักตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการพัฒนาของชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการส่งเสริมจากทางภาครัฐบาลได้จัดตั้ง

หน่วยงานส่งเสริมให้มีการรวมตัวของคนในชุมชนเกิดขึ้น มีการสร้างรายได้และอาชีพร่วมกัน โดยมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มงานอาชีพต่างๆเกิดขึ้นมากมาย ในลักษณะการร่วมมือของคนในชุมชนเดียวกัน โดยกลุ่มที่เข้มแข็งทำงานอย่างจริงจังจะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการว่าจ้างงานจากแหล่งภายนอกเข้ามา ทำให้กลุ่มมีรายได้กันมากขึ้น อีกทั้งมีเงินจากกองทุนหมู่บ้านที่ให้กู้ยืม เพื่อสนับสนุนการลงทุนในการสร้างอาชีพ ทำให้เกิดการขยายงานจากกลุ่มชุมชนนำไปประกอบการกันเอง โดยถ้ามองในภาพรวมจะเป็นการเสริมสร้างที่มีการกระจายรายได้และธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็งมากขึ้น แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในขณะนี้คือ การผลิตสินค้าที่เหมือน ๆ กัน ซ้ำรูปแบบ ทำออกมาขายกันมากขึ้นเรื่อย ๆ รวมทั้งการลอกเลียนแบบจากชุมชนอื่น ตลอดจนการขยายตัวของผู้ประกอบการรายย่อยที่ประกอบธุรกิจในผลิตภัณฑ์เดิม ๆ ที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดสูง เพราะมีปริมาณที่มากเกินไป ความต้องการของตลาด โดยสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาถูก จึงจะสามารถอยู่ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันได้ จากการแข่งขันทางการตลาดที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ผู้ประกอบการบางรายขายสินค้าไม่ออก ทำให้เกิดการจมของเงินทุนที่ลงไป โดยบางกลุ่มจะต้องปล่อยสินค้าในราคาต้นทุนหรือขาดทุนเพื่อนำเงินมาเป็นค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการบางรายมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้และต้องเป็นหนี้เพิ่ม บางรายต้องเลิกกิจการในที่สุด

งานวิจัยนี้จึงเป็นการแก้ปัญหาทางหนึ่ง ด้วยการคิดสร้างสรรค์งานออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ โดยการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายในกลุ่มของที่

ระลึกที่อาจเป็นไปได้ทั้งของใช้และของตกแต่งบ้าน เพื่อเป็นการสร้างเนื้องานให้กับชุมชนในการเดินควบคู่ไปกับการสร้างธุรกิจ โดยการนำวัสดุหรือสิ่งที่เหลือใช้จากการผลิต กับสิ่งที่มีอยู่มากในธรรมชาติที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ สามารถนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ รวมทั้งคำนึงถึงการทำงานที่ใช้แรงงานคนเป็นหลัก ประกอบกับเทคโนโลยีที่จำเป็นพื้นฐานในการผลิต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบ วัสดุ และวิธีการผลิตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่อาจเป็นของใช้หรือของตกแต่งบ้าน รวมทั้งความต้องการของผู้บริโภค เพื่อการวิเคราะห์กำหนดหาแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
2. ทำการออกแบบพัฒนา และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์
3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปอีกแนวทางหนึ่ง
2. ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
3. เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถสร้างงานออกแบบนี้ต่อไป โดยส่งผลถึงกลุ่มชาวบ้านให้มีความทำ
4. เป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการขอยกระดับมาตรฐานสินค้าโอท็อปต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การทำงานวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ ที่มีทั้งขั้นตอนการออกแบบและการสำรวจข้อมูลประกอบกัน ดังนั้นขอบเขตของการวิจัยมีดังนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหา เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบพัฒนา และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มของที่ระลึกประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต

2. ขอบเขตของประชากร ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ทำการเลือกเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้ประกอบการรายเดียวในจังหวัดปทุมธานี ที่มีการสร้างงานประดิษฐ์ในเรื่องของตกแต่งจากเศษวัสดุธรรมชาติ คือ กลุ่มคุณเทียน ชูแสง ชาวบ้านตำบลบางเตือ อำเภอมะนัง จังหวัดปทุมธานี (ปัจจุบันเป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่มีการว่าจ้างงานให้กับคนในชุมชนทำในงานประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ โดยได้รับการยกระดับ 3 ดาว ของ กลุ่มโอท็อป (OTOP) ระดับจังหวัด)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนประชากรในการเก็บข้อมูลทำการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

- 2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลเพื่อศึกษาด้านความต้องการขั้นต้นก่อนการออกแบบ คือ กลุ่มที่มีรายได้ที่มีกำลังซื้อหรือเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลในงานแสดงสินค้าโอท็อป อิมแพคเมืองทองธานี

- 2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินผลความพึงพอใจหลังการสร้างชิ้นงานเสร็จ คือกลุ่มที่มีรายได้ที่มีกำลังซื้อหรือเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล



3. ขอบเขตพื้นที่ เป็นการศึกษาผู้ผลิตของใช้และของตกแต่งบ้านจากวัสดุธรรมชาติ ประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตที่มีการว่าจ้างงานให้กับคนในชุมชนทำในงานประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี และกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ที่มีกำลังซื้อหรือเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลในงานแสดงสินค้าโอท็อป อิมแพคเมืองทองธานี

4. ขอบเขตเวลา เป็นการศึกษาในช่วงเดือนมีนาคม - เดือนธันวาคม 2554

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

เพื่อทำการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ที่สามารถนำวัสดุจากธรรมชาติและวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตเข้ามาเป็นตัวกำหนดในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เหมาะกับการเป็นของที่ระลึก ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้รวมทั้งการนำมาเป็นของตกแต่งบ้าน โดยคำนึงถึงการลดต้นทุนการผลิตและใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่มีอยู่ทำงาน

นิยามศัพท์

เศษวัสดุธรรมชาติ หมายถึง วัสดุที่สามารถหาได้จากธรรมชาติและไม่ได้เกิดประโยชน์แล้วได้แก่กิ่งไม้ เมล็ดพืชที่ไม่สามารถเจริญเติบโตได้แล้ว เช่น เม็ดมะค่า เม็ดสะบ้า และมะกล่ำตาหนู เป็นต้น

เศษชิ้นส่วนไม้ที่เหลือใช้จากโรงงาน หมายถึง ชิ้นไม้ที่ผ่านกระบวนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ประเภท เฟอร์นิเจอร์ บานประตู หน้าต่าง ฯลฯ และเหลือเป็นเศษชิ้นไม้เป็นท่อนสั้น ๆ ได้แก่ ปลายไม้ หัวไม้ ไม้ที่มีตำหนิ ไม้ที่บิดงอ ไม้ที่มีความ

ยาวไม่ได้ขนาด เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการแบบมาตราส่วนประมาณค่าและปลาย เปิดการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 9 ชิ้นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การทำงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ ที่ต้องมีทั้งขั้นตอนการออกแบบและการสำรวจข้อมูลประกอบกัน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษาด้านความต้องการขั้นต้นก่อนการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มที่มีรายได้ที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ในเขตภาคกลาง จำนวน 216 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง สรุปผลการสำรวจความคิดเห็นความต้องการของสินค้า ประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากผู้ซื้อสินค้า การเก็บรวบรวมความคิดเห็นมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 - 40 ปี และ 46 ปีขึ้นไป โดยมีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ทั่วไป จากการสำรวจในครั้งนี้พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการมาซื้อของ โดยส่วนใหญ่แล้วไม่ได้ตั้งใจประมาณในการซื้อไว้ แต่สำหรับผู้ที่ตั้งงบประมาณใน

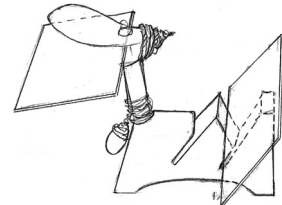
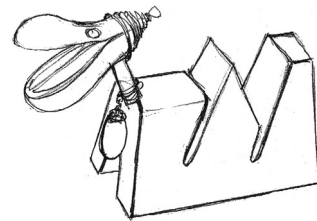
การซื้อจะตั้งไว้ไม่เกิน 1,000 บาท โดยผู้ตอบเกือบทั้งหมดมีการเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนการซื้อสินค้า และเห็นว่ารูปร่างและสีสันทของสินค้านั้นมีส่วนช่วยให้สินค้าขายดี นอกจากนั้นเห็นว่า สินค้าที่มีประโยชน์ใช้สอยหลายอย่างจะช่วยให้ขายได้มากขึ้น ผู้ตอบส่วนใหญ่สนใจในสินค้าประเภทของใช้และของตกแต่งบ้านมากที่สุด รองลงมาเป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ และของที่ระลึกตามลำดับ

2. ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ได้สอบถามสินค้าใน 3 ประเภท คือ 1) สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ 2) สินค้าประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน 3) สินค้าประเภทของที่ระลึก พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านรูปแบบหรือรูปทรงเป็นแบบคลาสสิกมากที่สุด และรองลงมาชอบรูปแบบที่ดูโมเดิร์น (Modern) ที่ทันสมัย โดยมีสีสันทเป็นโทนธรรมชาติและวัสดุที่ใช้ควรเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติประกอบกับวัสดุชนิดอื่น ๆ

ตอนที่ 2 กำหนดแนวคิดในการออกแบบ (concept of design) โดยเน้นการนำวัสดุที่เหลือใช้จากโรงงานผลิตขนาดใหญ่ และเมล็ดพืชที่มีความแข็งแรงเหมาะสมที่จะนำมาตกแต่งในผลิตภัณฑ์ได้ เป็นแนวทางในการออกแบบให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยในการใช้งานมากกว่าเป็นสินค้าตั้งโชว์ และยังคงผิววัสดุเดิมให้เห็นผิววัสดุธรรมชาติที่ชัดเจน การออกแบบ (Design) ทำโดยศึกษาจากวัสดุที่มีอยู่ตามประเภทของไม้ที่ได้คัดและแบ่งประเภทไว้ และศึกษารูปทรงของเมล็ดพืชชนิดต่างๆ ที่มีรูปทรงที่แตกต่างกันไป นำมาคิดสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ เน้นการนำวัสดุที่คัดเลือกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นของใช้และตกแต่งบ้านได้ อีกทั้งคำนึงถึงกระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยาก

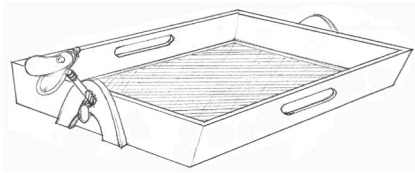
และซับซ้อนเกินไป เพื่อให้โรงงานและชาวบ้านสามารถทำและประกอบชิ้นงานได้ด้วยตนเอง และได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 9 ชิ้นงาน ดังนี้

1. ที่ใส่นามบัตร

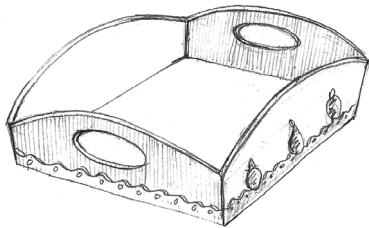




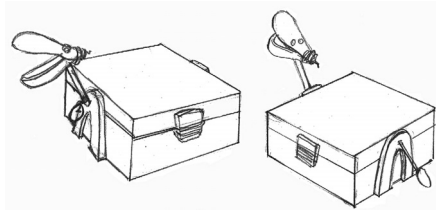
2. ถาดใส่ของ ก.30 X ย.40 ซม.



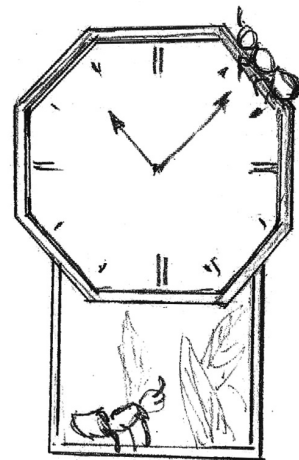
3. ถาดใส่ของ ก.20 X ย.20 X ส.8 ซม.



5. กล่องใส่ของ+ฝาปิด ก.16 X ย.16 X ส.10 และ 13 ซม.

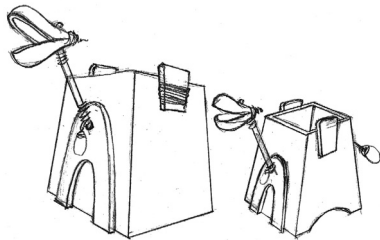


4. นาฬิกาแขวน ก. 34 X ส. 48 ซม.



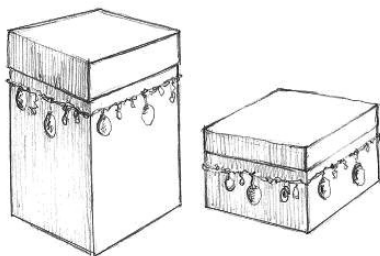
6. กล่องใส่ดินสอดั่งโต๊ะ

ก.7 X ย.7 X ส.11 ซม.



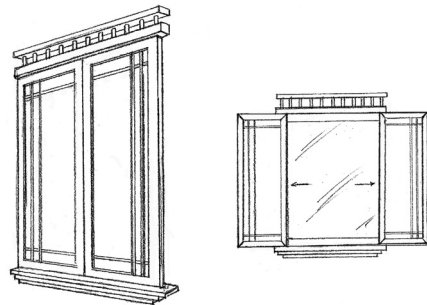
7. กล่องใส่ของ + ฝาปิด 1 คู่

ก.16 X ย.16 X ส.10 และ 15 ซม.



8. กระจกส่องหน้าชนิดแขวนขนาดเล็ก

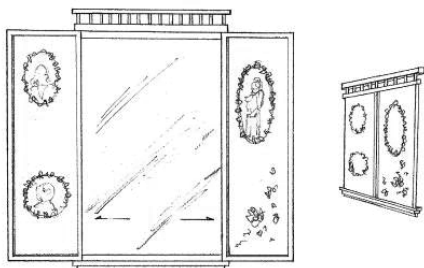
พร้อมบานเลื่อน ก.20 X ส.34 ซม.





9. กรอบรูปพร้อมกระจกส่องหน้าชนิด แขวนผนัง

ก. 38 X ส. 38 ซม.



ตอนที่ 3. สำรวจความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ จากผู้ซื้อสินค้า กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน ที่อยู่ในเขตภาคกลาง จำนวน 205 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง สรุปผลการวิเคราะห์จากผู้ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ จำนวน 9 แบบพบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ

ประมาณ 18 – 21 ปี เป็นนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาเป็นเพศหญิงอายุประมาณ 25 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ทำงานในภาคเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 18,000 บาทขึ้นไป

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน หัวข้อในการประเมิน มี 4 ด้านคือ รูปแบบที่ทันสมัย คงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมไทย ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ทั้ง 9 แบบนั้น ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ในด้านรูปทรงมีความสวยงาม น่าใช้ มีการใช้วัสดุต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม มีความแปลกใหม่ และยังคงลักษณะความเป็นไทย มีโครงสร้างที่เหมาะสม มีความประณีต และมีความคิดสร้างสรรค์ น่าใช้งาน ง่ายต่อการทำความสะอาด มีความปลอดภัยในการใช้งานและการดูแลบำรุงรักษาง่าย รูปทรงโดดเด่น มีการตกแต่งพื้นผิวชิ้นงานเหมาะสม และสีสวยสวยงาม

สรุปผลการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 9 แบบ ที่ออกแบบใหม่ มีรูปทรงโดดเด่น สวยงาม น่าใช้ มีการใช้วัสดุต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม มีความแปลกใหม่และยังคงลักษณะความเป็นไทย มีโครงสร้างที่เหมาะสม มีความประณีต และมีความคิดสร้างสรรค์ น่าใช้งาน ง่ายต่อการทำความสะอาด มีความปลอดภัยในการใช้งานและการดูแลบำรุงรักษาง่าย การตกแต่งพื้นผิวชิ้นงานเหมาะสม และสีสวยสวยงาม

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาผลการวิจัย เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มของที่ระลึก

ประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต ในจังหวัดปทุมธานี

ด้านรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต โดยใช้เม็ดเงิน (เม็ดมะค่า เม็ดสะบ้า และมะกล่ำตาหนู) ประกอบกับเศษชิ้นส่วนไม้ที่เหลือใช้ซึ่งได้จากโรงงานขนาดใหญ่ ทั้ง 9 แบบมีรูปทรงเหมาะสมน่าใช้ มีการพัฒนาการใช้วัสดุต่าง ๆ และมีความแปลกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจิรพรรณ เลี้ยงโรคาพาธ (2552) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่แทนที่ผลิตภัณฑ์เดิมนั้นทำขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขายในอนาคต เพราะลูกค้ายังต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ นอกจากนี้การออกแบบตามแนวความคิดการใช้หลายวัสดุประสงค์ในการออกแบบมากมายนั้น ทำให้ผู้ซื้อเริ่มเบื่อ และอยากได้ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของตน ดังนั้นแนวความคิดของการนำลักษณะของงานหัตถกรรมมาผสมผสาน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความยืดหยุ่นต่อรสนิยมส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมาย การผลิตซึ่งเป็นงานกึ่งหัตถกรรมจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นที่นิยมมากในการออกแบบผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นของที่มีขึ้นเดียว มีคุณค่า การออกแบบสิ่งใดให้แตกต่างไปจากเดิม การตกแต่งแต่เพียงเล็กน้อยหรือเพียงแค่ลายเส้น สี ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ ดังนั้นวัสดุธรรมชาติจึงกลายเป็นวัตถุดิบที่สำคัญอันหนึ่งของการออกแบบ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549)

ด้านศิลปวัฒนธรรมไทย

ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต

โดยใช้เม็ดเงิน (เม็ดมะค่า เม็ดสะบ้า และมะกล่ำตาหนู) ประกอบกับเศษชิ้นส่วนไม้ที่เหลือใช้ซึ่งได้จากโรงงานขนาดใหญ่ ทั้ง 9 ชนิด เป็นผลิตภัณฑ์ที่คงลักษณะความเป็นไทย มีโครงสร้างที่เหมาะสม มีความประณีตและมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมอื่นๆที่ผสมผสานกันเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์ และสามารถใช้งานได้จริงในยุคปัจจุบัน การรวมกันของวัฒนธรรมหรือลักษณะที่ต่างกันไปไม่จำเป็นต้องก่อให้เกิดความขัดแย้งเสมอไป บางครั้งอาจก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความหมายทางจิตใจ (Spiritualism) ซึ่งสามารถทำได้ โดยนำสัญลักษณ์บางอย่างหรือออกแบบโดยการนำของที่มีอยู่แล้วในอดีตมาเปลี่ยนแปลงรูปทรงให้เหมาะกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ศิลป์ไทยเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน จะต้องเริ่มที่ชุมชนของดีในชุมชน ต้องเข้าใจให้ถ่องแท้ จากวัสดุที่เห็นเดิมๆฝีมือดั้งเดิม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ต้องนำมาปรับใช้กับทฤษฎีแห่งการตลาด หากอยากได้มูลค่าต้องเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ จะนำสิ่งเดิมมาเปลี่ยนแปลงรูปทรงแล้วจะขายให้ได้ราคาที่ดีกว่าหรือให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลกได้นั้นเป็นไปได้ยาก ดังนั้นการปรับรูปแบบแนวทางด้วยการออกแบบ “ดีไซน์” ตัวผลิตภัณฑ์จึงดีกว่า โดยปรับผลิตภัณฑ์จากไทยพื้นถิ่นให้เป็นไทยสากลให้คนทั่วโลกต้องการ เพื่อเพิ่มความต้องการ (need & want) ให้เกิดขึ้น โดยนำวัสดุพื้นถิ่นของแต่ละกลุ่ม มาปรับใช้ เพิ่มมูลค่าด้วยงานดีไซน์ ที่มีความประณีตจากคนในชุมชน และที่สำคัญก่อนให้ต่างชาติต้องการ ต้องทำให้คนไทยอยากใช้ของไทยก่อน ทำให้คนไทยเลิกใช้ของนอกหรือนำเข้า หากการตลาดคือการกระตุ้นความอยากให้มีการ



หมุนเวียนของกระแสเม็ดเงิน จึงควรกระตุ้นให้คนไทยอยากใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศ ก่อนที่จะให้คนต่างชาติซื้อของไทย

นอกจากนี้การยกระดับความสำคัญของงานหัตถศิลป์ไทย ควรเริ่มต้นจากการให้ความสำคัญในการศึกษาและส่งเสริมกลุ่มนักออกแบบหัตถศิลป์และบุคคลทั่วไปเห็นคุณค่าความงาม จากสินค้าที่ทำด้วยมือและใช้วัสดุพื้นถิ่นเพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยให้ดำรงไว้สืบไป

ด้านประโยชน์ใช้สอย

ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตโดยใช้เมล็ดพืช (เม็ดมะค่า เม็ดสะบ้า และมะกล่ำตาหนู) ประกอบกับเศษชิ้นส่วนไม้ที่เหลือใช้ซึ่งได้จากโรงงานขนาดใหญ่ ทั้ง 9 ชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมนำใช้งานง่ายต่อการทำความสะอาด มีความปลอดภัยในการใช้งานและดูแลบำรุงรักษาง่าย ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน ไม่เพียงแต่จะให้ความสวยงามเพียงอย่างเดียว ผลิตภัณฑ์ควรมีประโยชน์ในตัวของมันเองและอาจสามารถใช้ให้เกิดประโยชน์เป็นสองเท่าในแง่อื่น ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา ขึ้นมาจากการออกแบบที่เรียบง่าย จะเกิดประโยชน์ใช้สอยเต็มที่ โดยยึดแนวความคิด ความเรียบง่าย เป็นหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และคำนึงถึงการใช้ประโยชน์สูงสุดจากวัสดุที่นำมาผลิตเน้นการดูแลรักษาที่ง่าย ให้ความรู้สึกปลอดภัย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product) ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติโดยตรง ผู้บริโภคปัจจุบันจะพิจารณาอย่างถี่ถ้วนมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าที่ใส่ใจและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในกระบวนการผลิต ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและสามารถย่อยสลายหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2546) จะสร้าง

ความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในด้านความปลอดภัยของตนเองและความปลอดภัยของผู้อื่น

ด้านความสวยงาม

ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตโดยใช้เมล็ดพืช (เม็ดมะค่า เม็ดสะบ้า และมะกล่ำตาหนู) ประกอบกับเศษชิ้นส่วนไม้ที่เหลือใช้ซึ่งได้จากโรงงานขนาดใหญ่ ทั้ง 9 ชนิด มีความสวยงาม รูปทรงโดดเด่น มีการตกแต่งพื้นผิว ชิ้นงานที่เหมาะสม และมีสีสันสวยงาม

ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งบ้าน นอกจากจะเกิดประโยชน์ใช้สอยแล้วยังต้องมีความงามที่สมส่วน มีลักษณะผิวที่เห็นแล้วชวนให้จับต้อง ซึ่งบอร์ชแมนน์ (Brochmann 1970 : 1 -3) สถาปนิกชาวออร์เวย์ กล่าวว่า ความสวยงามในงานช่าง ถือว่าเป็นระเบียบ เป็นสัญลักษณ์แห่งความงาม ซึ่งหมายถึงรวมถึงความกลมกลืนกันระหว่างพื้นผิว สัดส่วน และรูปทรง ความสวยงามที่เกิดขึ้นจะมีอยู่ 2 ลักษณะคือ ความงามทางด้านกายภาพซึ่งมองเห็นด้วยตาและความงามทางด้านจิตใจ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ของมนุษย์ และความรู้สึกส่วนหนึ่งที่ตกทอดจากบรรพบุรุษและอีกส่วนหนึ่งเป็นผลที่เกิดจากความรู้ทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม ความงามนั้นเป็นเรื่องของนามธรรม เป็นสิ่งที่ไม่มีผลสรุปหรือคำจำกัดความที่ตายตัว เพราะมีเงื่อนไขหลายอย่างที่จะต้องนำมาประกอบด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพการณ์และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกลุ่มบุคคลหรือปัจเจกบุคคล ซึ่งต่างก็มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเศษชิ้นส่วนไม้ที่เหลือใช้จากโรงงานเป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานจากวัสดุเหลือทิ้งและใช้ทรัพยากรใหม่ให้น้อยที่สุด เน้นการนำกลับมาใช้ใหม่เป็นหลัก

(Reuse) หรือการนำสิ่งเก่าหรือวัสดุเหลือใช้ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งแต่เดิมเศษชิ้นส่วนไม้จากโรงงานเหลือทิ้งจำนวนมากและเศษชิ้นส่วนไม้เหล่านี้นักไม้ได้นำไปใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า นอกจากการนำไปเผาเป็นถ่าน ทั้งที่จริงแล้ว มันน่าจะใช้ประโยชน์ได้มากกว่า เศษชิ้นส่วนไม้ที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากหลายๆแหล่ง จึงมีขนาดและรูปร่างต่าง ๆ กัน ขึ้นไม้ที่ได้จึงมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ซึ่งเมื่อนำมาประกอบกับวัสดุธรรมชาติ จึงได้ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านที่มีขนาดเล็ก ไม้ที่เลือกใช้จำเป็นต้องนำมาคัดชนิด ขนาดและแบ่งเป็นประเภท จากนั้นจึงนำแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ใส่ลงในวัสดุที่ได้มา ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ครั้งนี้จะต้องคำนึงถึงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับศักยภาพของโรงงานขนาดเล็กที่มีเครื่องมือที่จำกัด ดังนั้นจึงพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีกระบวนการผลิตที่ง่าย เพื่อให้กลุ่มชุมชนสามารถผลิตและช่วยกันประกอบตัวผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเองต่อไป ส่วนพื้นผิวด้านนอกของผลิตภัณฑ์เน้นการใช้สีจากธรรมชาติจริง จึงเลือกการเคลือบน้ำมันแทนการลงสีน้ำมัน เพื่อโชว์พื้นผิวของไม้และเมื่อนำมาใช้ร่วมกับวัสดุธรรมชาติ เช่น เม็ดมะค่า เม็ดสะบ้า ฯลฯ จะเข้ากันได้อย่างลงตัว เนื่องจากมีพื้นผิววัสดุที่ใกล้เคียงกัน สำหรับผลิตภัณฑ์บางชิ้นได้เศษชิ้นส่วนไม้ที่มีสีและชนิดที่ต่างกันมากก็ใช้สีน้ำมันพ่น เพื่อปรับพื้นผิวให้มีลักษณะเดียวกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นเหมือนสินค้าทำด้วยมือมากกว่าทำด้วยเครื่องจักร เนื่องจากผลงานแต่ละชิ้นจะมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งคือ จะไม่เหมือนกันเลยทุกชิ้น จะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ไปตามเศษวัสดุและวัสดุจากธรรมชาติที่ได้มา ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกลายเป็น

ผลิตภัณฑ์กึ่งหัตถกรรมที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลายเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายจากความแตกต่างและการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากกว่าสินค้าที่ผลิตครั้งละจำนวนมาก

สำหรับปัญหาและอุปสรรคของสินค้าตกแต่งบ้านในปัจจุบันนี้ เกิดจากการแข่งขันของตลาดที่เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบ ประโยชน์ใช้สอย เทคนิคการผลิต ราคาสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่างเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น และผลิตตรงตามแนวโน้มความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งสร้างความหลากหลายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ วัสดุเหลือใช้หรือการแปรรูปจากสินค้าอื่น แนวโน้มหรือเทรนด์ (Trend) สินค้าที่คาดว่าจะได้รับความนิยมและมาแรงในตลาดการค้าโลกหลังวิกฤตเศรษฐกิจ ได้แก่ สินค้าที่ทำด้วยมือ (Handmade) คาดว่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นส่วนหนึ่งเพราะเทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบันทำให้สินค้าที่ผลิตได้แทบไม่มีความแตกต่างกัน (Homogeneous) ขณะที่สินค้าทำด้วยมือ สามารถสร้างจุดขายจากความแตกต่างและการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้มากกว่าสินค้าที่ผลิตครั้งละจำนวนมาก สินค้าที่เน้นการออกแบบ แม้ผู้บริโภคคำนึงถึงคุณค่าและประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่า สิ่งแรกที่ดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าคือ รูปลักษณ์ภายนอกของสินค้า ซึ่งมีส่วนทำให้ผู้บริโภคลดความสนใจในปัจจัยด้านราคาและคุณภาพลง แต่หันมาให้ความสนใจกับสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านจิตใจของตนเองมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product) ผู้บริโภคจะพิจารณา



อย่างถี่ยาวมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าที่ใส่ใจและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในกระบวนการผลิตส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและสามารถย่อยสลายหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ นอกจากนี้จะต้องผลักดันและเจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและมีกำลังซื้อสูง ส่วนตลาดเดิมจะต้องพัฒนาสินค้าสู่ตลาดระดับสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาการออกแบบพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มของที่ระลึกประเภทของใช้และของตกแต่งบ้าน จากวัสดุธรรมชาติประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาและออกแบบโดยการนำวัสดุธรรมชาติที่ไม่เกิดประโยชน์ มาสร้างมูลค่าเป็นสินค้าอาจนำมาประกอบกับวัสดุที่เหลือใช้อื่นๆ เพื่อทดแทนไม้ธรรมชาติ ตลอดจนศึกษาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เกิดความหลากหลายหรือเกิดการใช้ประโยชน์และเหมาะสมของเศษวัสดุแต่ละชนิด

2. ควรมีการสำรวจและศึกษาศักยภาพรวมทั้งเก็บตัวอย่างของวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรและวัสดุรีไซเคิลที่จะนำมาวิจัยเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และขยายผลไปสู่การผลิตในระบบอุตสาหกรรม

3. ปัญหาด้านสินค้าโอท็อปของไทย ปัจจุบันมักเน้นแต่การผลิต โดยมิได้ศึกษาความต้องการของตลาด หรือผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทำให้เกิดปัญหา สินค้ามีรูปแบบเดียวกัน คล้ายคลึงกัน ดังนั้นหากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบด้วยการออกแบบให้มีลักษณะและเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปจะทำให้สินค้ามีศักยภาพ สามารถขายได้ดียิ่งขึ้น

4. หน่วยราชการในท้องที่ เช่นพัฒนาชุมชน อุตสาหกรรมจังหวัด ต้องวางแผน ให้ความรู้และแนะนำให้ผู้ประกอบการสร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ไม่ลอกเลียนผลิตภัณฑ์ อื่นและสร้างความมั่นใจในการลงทุนแก่ผู้ผลิต เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่เกิดขึ้น

5. ควรมีการส่งเสริมให้มีการศึกษา ค้นคว้าวิจัย เกี่ยวกับการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติและวัสดุเหลือใช้อย่างต่อเนื่องให้มากยิ่งขึ้น

6. ควรมีการศึกษาตลาด ลู่ทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด และแนวโน้มตลาด สำหรับสินค้าวัสดุเหลือใช้ทดแทนไม้แต่ละชนิด พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องไว้เป็นศูนย์ข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านนี้โดยเฉพาะ

7. หน่วยราชการในท้องที่ เช่นพัฒนาชุมชน อุตสาหกรรมจังหวัด ต้องเป็นนักวางแผน คัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพขึ้นมาเป็นสินค้าเด่นประจำท้องถิ่น แล้วเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา ศูนย์การส่งออกเพื่อผลักดันสู่ตลาดกว้างขึ้น ให้ขายได้ในระดับประเทศ หากรายได้มีศักยภาพพร้อมให้ผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัสดุเหลือใช้ควรให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ทั้ง 9 ประเภท เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ขณะขนส่งและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์



เอกสารอ้างอิง

- จิรพรรณ เลี้ยงโรคาพาธ. (2552). **การออกแบบผลิตภัณฑ์ 1** marketer ปีที่ 5 ฉบับที่ 57 (พฤศจิกายน 2547) : หน้า 180-183. **ข้อมูลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (2550)**. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaitambon.com/tambon> (วันที่สืบค้นข้อมูล : 29 /2/ 2551).
- คณะกรรมการอำนวยการโครงการ OTOP Product Champion. (2547). **คู่มือการคัดสรรยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย OTOP Product Champion** . มปท.
- บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2546). **การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อการส่งออก** [ออนไลน์].วารสารปราสาทสังข์ ฉบับเศรษฐกิจวิเคราะห์ เดือนกรกฎาคม 46 เข้าถึงได้ จาก <http://www.library.dip.go.th/multim/edoc/09569.doc> (วันที่ค้นข้อมูล : 9 /9/2552).
- วรรณิศา สหสมโชค. (2553). **ออกแบบเฟอร์นิเจอร์**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 6. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ส่วนพัฒนาและกระจายผลิตภัณฑ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550). **“รูปแบบสินค้าของใช้ของที่ระลึกในตลาดฝรั่งเศสและอิตาลีและแนวทางการพัฒนาสินค้าไทย”** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dip.go.th/ResearchPrint.asp?WebSiteID=06> (วันที่ค้นข้อมูล : 10 /2/ 2550).
- ส่งเสริมอุตสาหกรรม, กรม. (2549). **ไม้อัดจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร**. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :<http://www.ryt9.com/s/ryt9/237735> (วันที่ค้นข้อมูล : 10 /11/ 2552).
- Brochmann, Odd . (1970). **Good or Bad Design**. London : Studio Vista.
- De Chiara ,Joseph. Julius Panero and Martin Zelnik. (1992). **Time Saver Standards for Interior Design and Space Planning** . NY : Mcgraw-Hill.
- Fabbo Dal, Mario. (1959). **How to Build Modern Furniture**. NY : F.W. Dodge.
- Morrison, John and John Twyford. (1994). **Design Capability and Awareness**. UK : Longman.
- Wanscher, Ole. (1976). **Art of Furniture**. NY : Van Nostrand Reinhold.