

แนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจักสาน  
กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง  
Guidelines for the design of souvenirs from woven line plastic fiber: ruan-thai jak-san group,  
sri-pran, sawang-ha, ang thong.

มยุรี เรืองสมบัติ ดร.ณรัตน์ พิกุลทอง และเกียรติพงษ์ ศรีจันทิก

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจักสานกลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวน 50 คน และคนในท้องถิ่นจำนวน 50 คน ที่ต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจักสานกลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก จังหวัดอ่างทอง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความต้องการด้านต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย มีความเชื่อมั่น เท่ากับ .854 วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าฐานนิยม และแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจักสาน ทั้งในขั้นตอนการประเมินทางเลือกและในขั้นตอนการประเมินเปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม โดยแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ มีความเชื่อมั่น เท่ากับ .839 และ .844 ตามลำดับ วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ชนิด Dependent Sample

ผลการวิจัยสรุปว่า

1. ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1 เหมาะสำหรับฝากเจ้านาย แนวทางที่ 2 เหมาะสำหรับฝากญาติ และแนวทางที่ 3 เหมาะสำหรับฝากคนในครอบครัว
2. กลุ่มเป้าหมายเลือกผลงานออกแบบของที่ระลึกในแนวทางที่ 3
3. กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในของที่ระลึกรูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิมในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจมากกว่ารูปแบบเดิมในเกือบทุกด้านยกเว้นด้านภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และของที่ระลึกใหม่มีประสิทธิภาพการใช้งานได้มากกว่าของที่ระลึกรูปแบบเดิม

**คำสำคัญ :** ของที่ระลึก, เส้นพลาสติกจักสาน

### Abstract

This research is a study of basic information as a design guidelines for the design of souvenirs from woven line plastic fiber: ruan-thai jak-san group, sri-pran, sawang-ha, ang thong. The subjects in this study were foreign tourists and local people were 50 to 50 people. Want to buy souvenirs from plastic scrap weaving thai plastic boat group ang thong the tools used in this research was to survey different aspects of target audience Reliability is .854. Statistical analysis was performed by percentage, mean, standard deviation, and questionnaire to assess satisfaction in the use and marketing of souvenirs from wicker plastic scrap. In the process of evaluating alternatives and the evaluation process compared to traditional souvenirs the two questionnaires reliability was 839 and .844, respectively statistical analysis was performed by means of percentage mean and tested the hypothesis with the t-test statistic Dependent Sample.

The study concluded that.

1. Design package 1 is suitable for depositing the boss the second approach is suitable for relatives and the third approach is suitable for family members.
2. Target audience selects the design of the souvenirs in approach 3.
3. The target audience is more satisfied with the new style than the original model in all aspects statistically significant at the .05 level dealer satisfaction over the original model in almost every aspect except the image that is environmentally friendly and new souvenirs are more effective than traditional souvenirs.

**Keywords :** SOUVENIRS, LINE PLASTIC FIBER

\*ผู้นิพนธ์ประสานงาน

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีการคบหาสมาคมกันในกิจการใดกิจการหนึ่งในระยะเวลาหนึ่งจนทำให้เกิดความผูกพันหรือเกิดความผูกพันขึ้นระหว่างมนุษย์กับสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่เหตุการณ์ วัตถุ ฯลฯ อันนำไปสู่ความทรงจำและการระลึกถึง เนื่องจากอยู่ใกล้กันทำให้โอกาสที่จะทำให้พบปะกันมีได้น้อย ความคุ้นเคยกัน การที่มีรสนิยมและพฤติกรรมร่วมกัน ความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาอาศัยกัน ตลอดจนรวมไปจนกระทั่งการกระทำที่มีลักษณะการให้รางวัลเป็นการตอบแทน เมื่อเกิดความพึงพอใจหรือเกิดถูกใจแก่กันตลอดทั้งสาเหตุอื่น ๆ อีกนานับการ เหล่านี้ล้วนอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ของที่ระลึกขึ้น เพื่อมอบให้แก่กันและกันได้อย่างสิ้น

ดังนั้นมนุษย์จึงพยายามหาวิธีการกระตุ้นความทรงจำในเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง โดยการออกแบบสร้างสรรค์สื่อหรือสิ่งใด ๆ ขึ้นเพื่อใช้เป็นตัวกระตุ้นใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้องอยู่เสมอ ๆ สื่อหรือสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อจุดประสงค์ในการกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำนี้ เรียกว่า “ของที่ระลึก” การสรุปหาความหมายของคำ “ของที่ระลึก” ขึ้นแรกอาจทำได้โดยแยกหาความหมายของคำที่มาประกอบกันเสียก่อน “ของ” อาจหมายถึง “สิ่ง”, “ที่ระลึก” อาจหมายถึงที่ทำให้นึกถึงหรือคิดถึงดังนั้น “ของที่ระลึก” อาจหมายถึงสิ่งที่ทำให้เกิดความคิดถึงหรือนึกถึง และจากแนวสรุปความหมายของคำเช่นนี้ อาจให้คำจำกัดความที่มีแนวความหมายในลักษณะคล้ายคลึงกันออกไปได้อีก เช่น ของที่ระลึกอาจหมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการคิดถึงหรือนึกถึงเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง “ของที่ระลึก” อาจหมายถึงสัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว ฯลฯ ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อกระตุ้นหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอในบุคคล เหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้น ๆ เช่น ของที่ระลึกเมื่อให้ในโอกาสที่ต่างกันอาจอาจมีชื่อเรียกที่ต่างกันออกไป เช่น หากนำไปให้แก่ผู้ที่รักและนับถือ เรียก “ของกำนัล” หากนำสิ่งของให้แก่เจ้าของขวัญเมื่อเสร็จพิธีทำขวัญแล้ว หรือให้กันในเวลาอื่นเป็นการถนอมขวัญหรือเพื่ออวยชัยไมตรี เช่น วันปีใหม่ วันเกิด วันแต่งงาน เรียกว่า “ของขวัญ” และหากให้ตอบแทนผู้มาช่วยงาน เช่น งานแต่งงานและงานศพ เรียกว่า “ของชำร่วย” และเรียก “ของแถมพก” เมื่อให้เพื่อเป็นสินน้ำใจ การที่จะใช้เรียกชื่อใดหรือให้ในโอกาสใดก็ตาม จุดหมายย่อยอาจแตกต่างกันไปตามวาระและกำหนดนิยม แต่จุดหมายที่แท้จริงก็คือการให้เพื่อกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำ อันอยู่ในขอบข่ายของ “ของที่ระลึก” นั่นเอง (ที่มา : Online ของที่ระลึก

ภูมิปัญญาของคนไทยเพื่อคนไทย <http://souvenirbuu.wordpress.com>)

อ่างทอง เป็นจังหวัดซึ่งอุดมไปด้วยงานหัตถกรรมพื้นถิ่นไม่ว่าจะเป็นงานปั้นตุ๊กตาชาววัง การทำกลอง การทำอิฐดินเผา หรือการผลิตเครื่องจักสาน ทั้งยังเป็นแหล่งกำเนิดเพลงพื้นบ้านลิเก เป็นจังหวัดบ้านเกิดของนายดอกนายทองแก้ววีรชนคนกล้าในศึกบางระจัน นอกจากนี้ยังเต็มไปด้วยวัดที่มีความสะอาดสวยงามและมีจุดเด่นที่น่าสนใจมากมายกว่า 200 วัด อันเป็นสถานที่ที่นำศึกษาประวัติศาสตร์ และเรื่องราวความเป็นมาในอดีตของชาติไทย คำขวัญ ประจำจังหวัด อ่างทอง “พระสมเด็จเกษไชโย หลวงพ่อโตองค์

ใหญ่ วีรไทยใจกล้า ตุ๊กตาชาววัง โด่งดังจักสาน ถิ่นฐานทำกลอง เมืองสองพระนอน” อ่างทองเดิมชื่อ “เมืองวิเศษชัยชาญ” ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำน้อยบนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของกรุงศรีอยุธยาในการสู้รบกับกองทัพพม่า ดังปรากฏในพงศาวดารกรุงศรีอยุธยาหลายตอนโดยเฉพาะในช่วงก่อนกรุงศรีอยุธยาแตกในปี พ.ศ. 2310 พม่าได้ใช้แขวงเมืองวิเศษชัยชาญเป็นที่ตั้งค่ายเพื่อตีกรุงศรีอยุธยาและทำให้เกิดการสู้รบครั้งสำคัญที่จารึกไว้ในประวัติศาสตร์ไทยนั่นคือศึกบางระจัน ปลายสมัยกรุงธนบุรีได้ย้ายที่ตั้งเมืองมาอยู่บริเวณฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยาที่บ้านบางแก้ว เรียกชื่อใหม่ว่า “อ่างทอง” เนื่องจากเป็นที่ลุ่มและอุ้มน้ำอันเป็นเสมือนชุมทรัพย์ที่มีค่า จังหวัดอ่างทองเป็นจังหวัดเล็กๆ ตั้งอยู่บริเวณภาคกลางตอนล่าง มีเนื้อที่ 968 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่านสองสาย คือ แม่น้ำน้อย และแม่น้ำเจ้าพระยา จังหวัดอ่างทองแบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมืองอ่างทอง อำเภอวิเศษชัยชาญ อำเภอแสวงหา อำเภอป่าโมก อำเภอโพธิ์ทอง อำเภอไชโย และอำเภอสสามโก้

“เมคอินไทยแลนด์ แดนไทยทำเอง จะร้องรำทำเพลง ก็ล้าลึกลีลา ฝรั่งเศสชอบใจ แต่คนไทยไม่เห็นค่า กลัวน้อยหน้าว่า คุณค่านิยม ไม่ทันสมัย...” วงการभावเคยหยิบยกประเด็นคนไทยหลงค่านิยมสินค้านอก โดยหารู้ไม่ว่า แท้จริงแล้วเป็นฝีมือเพื่อนร่วมชาติ แม้เวลาผ่านล่วงเลยมาสิบกว่าปี เรื่องเหล่านี้ยังคงเป็นเหมือนเหล่าเก่าในขวดใหม่สร้างบทเรียนเจ็บช้ำนับครั้งไม่ถ้วน เครื่องจักสานพลาสติกกลุ่มชุมชน เรือไทยจักสานพลาสติก ตั้งอยู่ที่ 10 หมู่ 2 ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง เริ่มจากท้องถิ่นทำผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ เช่น ตะกร้า กระจังและสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ นางสุมิษา ขำศิริ เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกในกลุ่มมาช่วยกันผลิตงานประเภทตะกร้า กระจัง กระจเป่า และเฟอร์นิเจอร์เครื่องเรือน ส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตได้จะส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ณ ปัจจุบัน หาไม้ไผ่ยากขึ้น จึงจำเป็นต้องหาช่องทางทำมาหากินใหม่เปลี่ยนมาทำด้วยเส้นพลาสติก ประกอบกับมีบริษัทต่างชาติมาเห็นฝีมือสาน จึงเข้ามาเป็นนายทุนก้อนแรก โดยแนะนำวัสดุเส้นพลาสติก เนื่องจากทนทาน และทำความสะอาดง่าย สำหรับเส้นพลาสติกสั่งจากโรงงานในกรุงเทพ ราคา กิโลกรัมละ 50 บาท เป็นเกรด เอ ต่างจากเส้นพลาสติกใช้มัดของทั่วไป เพราะสามารถสิ่งสี ลวดลายได้ และ สามารถนำมารีไซเคิลได้ เมื่อผลงานออกมาเป็นที่น่าพอใจบริษัทต่างชาติจึงรับซื้อไปทั้งหมด หลังจากนั้น ธุรกิจก้าวหน้าด้วยดีต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยเป็นตลาดส่งออกถึง 90 เปอร์เซ็นต์ เช่น เดนมาร์ก ฮอลแลนด์ ญี่ปุ่น สหรัฐ เป็นต้น เครื่องสานพลาสติกจากกลุ่มเรือไทยจักสานพลาสติก กลายเป็นสินค้าส่งออก ทำรายได้ให้แก่คนในชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม ในขณะที่ตามแบบสินค้าจะเป็นดีไซนส์สั่งตรงมาจากประเทศนำเข้า โดยมีชื่อแม้ว่า แบบต่าง ๆ ที่ส่งออก ห้ามทำขายในประเทศไทยเด็ดขาด โดยจะส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบอยู่เสมอ ๆ สำหรับตลาดในไทย ใช้ชื่อแบรนด์ว่า “เรือไทยจักรสาน” ออกบูธตามงานแฟร์ต่าง ๆ แต่ถือว่าเป็นตลาดเล็กมาก เพราะคนไทยมักคิดว่า ทำจากเส้นพลาสติกมัดของ แม้ว่าเคยพยายามนำสินค้าออกขายในประเทศ คิดราคาแค่ทุนแต่ขายไม่ได้ คนไทยมักถูกสินค้าจากไทยด้วยกันเอง แต่เมื่อเครื่องสานพลาสติกจากฝีมือไทยราคาต้นทุน 70 บาท ไปตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าแดนไกลผ่านการตีตราแบรนด์นอก ราคาเพิ่มเป็น 9.99 เหรียญสหรัฐ คนไทยส่วนหนึ่งเสียเอง เทียวอุตสาหกรรมที่ซื้อมาเพราะหลงคิดว่า เป็นแบรนด์เนมนอกและที่เจ็บแสบกว่านั้น สินค้าส่งออกส่วนหนึ่ง ถูกนำกลับมาวางขายที่สยามสแควร์ ในนามต่างชาติ ดูดงานไทย โดยเฉพาะวัยรุ่นไปเข้ากระเป๋าดังชาติ

อีกทั้งต้องยอมรับว่า ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และการตลาด ไทยยังเป็นรองต่างชาติโดยพิจารณาจาก ออกเตอร์ต่างชาติจะระบุสินค้าลวดลาย ดีไซน์ ควบคุมคุณภาพสินค้า และสำคัญที่สุดคือความตรงต่อเวลา ทำให้กลุ่มชุมชน ต้องพัฒนาจัดเก็บนับสต็อก และผลิตอย่างเป็นระบบ ส่งสินค้าได้ตามเวลา จึงได้รับความไว้วางใจจากต่างชาติ เมื่อส่งสินค้าได้รับเงินสดแบ่งให้สมาชิกทันที ในขณะที่ตลาดในประเทศ ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการจัดการ ถ้าขายในเมืองไทยจะเป็นระบบสินเชื่อ นำสินค้าฝากวางขายทำให้เงินทุนต้องไปจม ผู้ผลิตจึงไม่นิยม สินค้าคุณภาพจึงตกไปยังตลาดนอกเสียเกือบทั้งหมด (ที่มา : Online “จักสานพลาสติก” ฝีมือไทยแบรนด์นอก บทเรียนความเขลาครั้งนับไม่ถ้วน โดย ASTV ผู้จัดการออนไลน์ 27 พฤษภาคม 2547 17 : 02 น.)

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยจึงเห็นควรอย่างยิ่งในการทำวิจัยเพื่อที่จะหาแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจักสาน กลุ่มเรือไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง เพื่อเป็นตัวอย่างจากสินค้าไทยอีกจำนวนมาก ผลประโยชน์ที่ควรจะต้องตกเป็นของไทยเต็มเม็ดเต็มหน่วยหลุดลอยไปอย่างน่าเสียดาย

บทเรียนที่เกิดขึ้นครั้งนั้นนับไม่ถ้วนน่าจะเพียงพอให้แต่ละฝ่าย ทบทวนและหาแนวทางแก้ไข ไม่ปล่อยให้เพลง “เมคอินไทยแลนด์” กลายเป็นเพลงที่ร้องเมื่อใด ก็ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ดังเช่นท่อนที่ว่า “เมคอินไทยแลนด์ พอแววน ตามร้านค้า มาติดป้ายติดตรา ว่า เมคอินเจแปน ก็ขายดิบขายดี มีราคา คู่ยกันได้ว่ามันมาต่างแดน ทั้งทันสมัย มาจากเม็กซิโก จีน เขาไม่ได้หลอกเรากิน พวกเรานั้นหลอกตัวเอง เอย...”

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. ศึกษาแนวทางการออกแบบของทีระลีกจากเศษพลาสติกจักสาน กลุ่มเรือนไทยจักรสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอสว่างหา จังหวัดอ่างทอง
2. เพื่อออกแบบของทีระลีก เพื่อสร้างเป็นแม่แบบ (Models) ให้ผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้ เป็นแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างยั่งยืน
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อของทีระลีกจากเศษพลาสติกจักสานกลุ่มเรือนไทยจักรสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอสว่างหา จังหวัดอ่างทอง

## 1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดชนิดของทีระลีกจากเศษพลาสติกจักสาน ที่จะนำมาใช้เป็นทางเลือกในการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของทีระลีก ก่อนนำผลการวิเคราะห์ข้อมูล ไปใช้สรุปหาชนิดของสินค้าที่เป็นที่ต้องการสูงสุด เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาในขั้นตอนการพัฒนาของทีระลีกต่อไป

## 1.4 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายมีระดับความพึงพอใจในคุณลักษณะของทีระลีกจากเศษพลาสติกจักสานรูปแบบใหม่สูงของทีระลีกจากเศษพลาสติกรูปแบบเดิมทั้งด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาของทีระลีกของฝาก” โดยใช้ของทีระลีกเป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า ให้มีภาพลักษณ์เป็นสินค้าของฝาก ที่ช่วยในการเชิญชวนและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ซื้อ

ในการพัฒนาของทีระลีกให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดของการศึกษาวิจัยในขั้นตอนต่างๆ ไว้ ดังต่อไปนี้ (ตารางคําคัด ขัย สนิท. 2537 : 32-35 ; ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพรคงเจริญเกียรติ. 2541 : 8-9 ; สักซี แสนสุภา. 2545 : 4-9)

### 1.4 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของทีระลีก

1.4.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการออกแบบของทีระลีกเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาแนวทางการออกแบบของทีระลีก ให้มีประสิทธิภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงถึงในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การศึกษาข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์ของฝากและของทีระลีก

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสำรวจ เกี่ยวกับสินค้าของฝากที่เลือกมาใช้เป็นกรณีศึกษา ทั้งในด้านช่องทางการตลาด การวางจำหน่าย รูปแบบของทีระลีก ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ และการสอบถามความต้องการของผู้จำหน่าย ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและของทีระลีกเพื่อนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

- การศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น

ศึกษาเพื่อหาสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงชุมชนได้ดีที่สุดจากทางเลือกที่ได้มาจากคำขวัญ และจากการอ้างอิงถึงในเอกสารตำราต่างๆ ตามแนวความคิดของ Sakane (1986 : 7-12) เพื่อนำมาใช้สะท้อนภาพลักษณ์ของท้องถิ่นบนของทีระลีกที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

- การศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างถิ่นและคนในท้องถิ่นในการซื้อสินค้าบุคคลที่ต้องการสินค้าไปฝากตลอดจนความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงของที่ระลึกของฝากที่วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงของที่ระลึกต่อไป

#### 1.4.2 คุณลักษณะด้านต่างๆ ของที่ระลึก

เพื่อใช้เป็นนิยามแนวคิด (Conceptual definition) ในการศึกษาแนวทางในการออกแบบของที่ระลึก ให้มีคุณลักษณะทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

##### 1. ด้านการใช้งาน

- มีขนาด และรูปแบบที่สามารถหิ้วถือ นำพาได้สะดวก
- เหมาะสมสำหรับการมอบเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อหุ้ม
- มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น
- มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในของที่ระลึกได้

##### 2. ด้านการตลาด

- แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ
- มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วนและชัดเจน

#### 1.4.3 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงของที่ระลึก

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด (Conceptual frame work) ในการประเมินผลงานการออกแบบของที่ระลึกในแนวทางต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมาย

โดยการประเมินความพึงพอใจในผลงานออกแบบตามคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ดังนี้

##### 1. ด้านการใช้งาน

- มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าภายใน
- อำนวยความสะดวกในการหิ้วถือ นำพา
- มอบเป็นของฝากได้โดยไม่ต้องนำมาห่อหุ้ม
- เปิดบริโศก และจัดเก็บสินค้าส่วนที่เหลือได้สะดวก
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในของที่ระลึกได้

##### 2. ด้านการตลาด

- แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ
- สื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด
- แสดงถึงการมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

#### 1.1.4 การทดสอบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่เทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการประเมินประสิทธิภาพการใช้งานของที่ระลึกในการคุ้มครองรักษาสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในโดยใช้ของที่ระลึกต้นแบบ (Prototype) ของผลงานรูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม

โดยทดสอบประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้านำร่องระหว่างการขนย้าย และรอการจำหน่ายของที่ระลึก ด้วยเครื่องมือและหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานของสากล ณ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย แบ่งตามลักษณะการทดสอบออกเป็น 2 ประเภท คือ

### 1. การทดสอบประสิทธิภาพของที่ระลึกแบบจลน์ (Dynamic test)

เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของของที่ระลึก ในการคุ้มครองรักษารูปทรงสินค้าในขณะการเดินทางของผู้ซื้อไม่ให้เสียหายซึ่งได้แก่ การทดสอบการต้านแรงสั่นสะเทือน (Vibration resistance) ตามมาตรฐาน ISO 2247 (International Organization for Standardization)

### 2. การทดสอบประสิทธิภาพของที่ระลึกแบบสถิตย์ (Static test)

เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของที่ระลึก ในการทนแรงกดทับที่เกิดจากการวางเรียงซ้อนกันของสินค้าเพื่อรอการจำหน่าย ซึ่งได้แก่ การทดสอบต้านแรงกดในแนวตั้ง (Compression strength) ตามมาตรฐาน ASTM D 642 (American Society for Testing Materials)

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้มีการพัฒนาของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกีสาน กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติกให้มีมาตรฐานในด้านคุณภาพและสวยงาม สามารถนำข้อมูลทางด้านของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกีสาน และการวิเคราะห์ด้านการออกแบบไปเผยแพร่ให้กับบุคคลที่สนใจ สามารถนำรูปแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกีสานไปจดสิทธิบัตรเพื่อผลิตในเชิงพาณิชย์ สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศ

## 1.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาและหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่มีการผลิตให้กับแบรนด์ของหลายประเทศและยังผลิตเป็นสินค้าของตัวเองขายในชุมชนและที่ต่าง ๆ ได้ ทำการศึกษาค้นคว้าทั้งโครงการใกล้เคียงและที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา รวมถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงาน และห้องสมุด โดยดำเนินงานไปตามขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภูมิประเทศและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ จังหวัดอ่างทอง ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง คุณสมบัติของเส้นพลาสติก ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ทำจากเศษวัสดุ และสรุปการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัย

## 2. วิธีดำเนินการวิจัย

### 2.1 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเพื่อแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกีสาน กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกีสาน กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

**ขั้นตอนที่ 2** พัฒนาปรับปรุงของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกีสาน กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

**ขั้นตอนที่ 3** ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพการใช้งานของที่ระลึกรูปแบบใหม่ โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยของแต่ละขั้นตอนในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

### 1. แหล่งที่มาของข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีดำเนินงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึก การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินงานดังนี้

1. สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวดังกล่าว 50 คน และเป็นคนในท้องถิ่น 50 คน เพื่อใช้ผลสรุปที่ได้เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยการใช้แบบสอบถาม
2. สอบถามข้อมูลจากผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าของฝาก และของที่ระลึก โดยการใช้แบบสัมภาษณ์
3. สืบหาข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับสินค้าของฝากที่เลือกนำมาศึกษาของที่ระลึกและสภาพการจำหน่าย โดยการบันทึกภาพและการจดบันทึก

## 2. เครื่องมือในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย ดังนี้

### 2.1 ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึก

โดยการกำหนดลักษณะของเครื่องมือในขั้นตอนนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

(1) แบบสอบถาม เพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไป และความต้องการในด้านต่างๆของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check list)

ตอนที่ 2 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก คุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของของที่ระลึกของฝากที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุง เอกลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นจังหวัดอ่างทอง ข้อมูลที่ต้องการให้ระบุไว้บนของที่ระลึก และรูปแบบของที่ระลึกที่ต้องการ ด้วยแบบประเมินค่า (Scale questions) คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions) คำถามที่เลือกตอบได้หลายคำตอบ (Multiple Responses) และคำถามแบบตรวจสอบ

(2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของฝาก และของที่ระลึก โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบเป็นมาตรฐาน (Structured interview) แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบเปิด (Open-end items)

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านการตลาดของสินค้าของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด

ตอนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับของที่ระลึกของฝากและของที่ระลึกของฝากเป็นคำถามแบบเปิด

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับของที่ระลึกของฝากเป็นคำถามแบบเปิด

(3) แบบสำรวจ เพื่อใช้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสินค้าของฝาก ของที่ระลึกและสภาพการจำหน่าย โดยใช้รูปแบบการสำรวจแบบเป็นมาตรฐาน (Structured survey) แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะสินค้าของฝากและของที่ระลึก

ตอนที่ 2 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการจำหน่ายของสินค้าของฝาก

## 3. การพัฒนาของที่ระลึก

### 3.1 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของที่ระลึก

เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง (Model Study) เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมายใน 3 ขั้นตอน คือ

(1) การประเมินและพัฒนาผลงานออกแบบครั้งที่ 1 ใช้สำหรับสอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิในผลงานออกแบบจำนวน 3 ทางเลือก เพื่อสรุปผลในขั้นตอนแรกให้เหลือ 2 ทางเลือก

(2) การประเมินและพัฒนาผลงานออกแบบครั้งที่ 2 ใช้สำหรับสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในผลงานออกแบบจำนวน 2 ทางเลือก เพื่อสรุปให้เหลือผลงานในขั้นสุดท้าย

(3) การสร้างของที่ระลึกต้นแบบ (Prototype) นำไปผลงานที่ผ่านการพัฒนาขั้นสุดท้ายไปสร้างของที่ระลึกต้นแบบ เพื่อใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งาน และการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่ายทั้งในด้านการใช้งานและในการตลาด เปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิมต่อไป

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ก่อนการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1. หาความเที่ยงตรง (Validity) การหาความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์และสอบถาม โดยการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งที่เป็นนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา นักวิชาการจากหน่วยงานราชการ และผู้ทรงคุณวุฒิหน่วยงานเอกชน ดังต่อไปนี้ โดยได้ค่าความเที่ยงตรง ของเครื่องมือในการศึกษาวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึก
- ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของที่ระลึก
- ขั้นตอนการประเมินของที่ระลึกรูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม

2. การปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือนำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไข ภายหลังจากสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว พิจารณา เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้

3. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน เพื่อตรวจสอบภาษา เนื้อหา ความเข้าใจ และนำผลที่ได้มาคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการพิจารณาค่า Cronbach's Alpha ที่เข้าใกล้ 1 ก่อนนำไปจัดพิมพ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ของเครื่องมือในการศึกษาวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึก
- ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของที่ระลึก
- ขั้นตอนการประเมินของที่ระลึกรูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจักสาน กลุ่มเรือนไทยจักสานพลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง มีรูปแบบการใช้สถิติและการแปรผลข้อมูล แบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย ทั้ง 3 ขั้นตอน ดังนี้

##### 5.1 ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึก

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวต่างถิ่น และคนในท้องถิ่น มาวิเคราะห์หาร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของสินค้าของฝาก ผลิตภัณฑ์ของฝาก บรรจุภัณฑ์ของฝาก และความต้องการของผู้จำหน่ายมาสรุปและแปรผลโดยการบรรยาย

##### 5.2 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของที่ระลึก

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

การนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิในครั้งที่ 1 และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในครั้งที่ 2 เพื่อการประเมินผลงานออกแบบของที่ระลึกทั้ง 3 ทางเลือก มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนคะแนนเฉลี่ย

##### 5.3 ขั้นตอนการประเมินของที่ระลึกรูปแบบใหม่เทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่



1. นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในของที่ระลึกรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาเปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม ของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย อธิบายเปรียบเทียบด้วยค่าสถิติ t-test ชนิด Dependent sample และแปลผลโดยการบรรยาย

2. นำผลการทดสอบประสิทธิภาพในด้านการใช้งานของของที่ระลึกรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาและของที่ระลึกรูปแบบเดิม ที่ออกใบรับรองการทดสอบโดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย มาสรุปเปรียบเทียบ และแปลผลโดยการบรรยาย

### 3. ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบของที่ระลึกรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาปรับปรุงกับของที่ระลึกรูปแบบเดิมในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อของที่ระลึกรูปแบบเดิมที่ผลิตขึ้นที่สามารถนำมาผลิตเป็นของที่ระลึกรูปแบบใหม่ใช้งานได้จริงและมีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมและสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยดังแสดงในตารางที่ 1 ต่อไปนี้

**ตารางที่ 1** การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบของที่ระลึกรูปแบบใหม่หลังการพัฒนาปรับปรุงกับของที่ระลึกรูปแบบเดิมในด้านต่าง ๆ

คุณลักษณะของ ที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ	ระดับความพึงพอใจในรูปแบบของที่ระลึกรูปแบบ						p	t.
	รูปแบบเดิม			รูปแบบใหม่				
	Mean	SD	แปลความ	Mean	SD	แปลความ		
ด้านการใช้งาน								
การปกป้อง รักษาสินค้า	3.22	.612	ปานกลาง	3.78	.542	มาก	.00	-7.5*
มองเห็นสินค้าภายในชัดเจน	2.83	.739	ปานกลาง	3.97	.702	มาก	.00	-11.8*
หิ้วถือ นำพา ได้สะดวก	2.79	.624	ปานกลาง	4.07	.781	มาก	.00	-11.0*
เป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	3.50	.717	มาก	4.18	.701	มาก	.00	-6.4*
เปิดและเก็บส่วนที่เหลือสะดวก	3.17	.493	ปานกลาง	3.87	.613	มาก	.00	-9.0*
ด้านการตลาด								
มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.26	.786	ปานกลาง	3.58	.830	มาก	.00	-3.8*
สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3.11	.617	ปานกลาง	3.85	.625	มาก	.00	-9.7*
เสนอข้อมูลครบและชัด	3.17	.667	ปานกลาง	3.70	.784	มาก	.00	-6.7*
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.24	.726	ปานกลาง	3.50	.893	มาก	.00	-3.3*

สรุปจากตารางสรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน

1. คุณลักษณะของที่ระลึกรูปแบบด้านการใช้งาน

- คุณลักษณะในด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าของที่ระลึกรูปแบบเดิม

จะเห็นได้ว่าของที่ระลึกรูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม พบว่าในทุกคุณลักษณะมีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ได้แก่ มีประสิทธิภาพในการปกป้อง รักษารูปทรงของสินค้าไม่ให้เกิดเสียหายง่าย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.22 สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้อย่างชัดเจนรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.97 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 2.83 หิ้วถือ นำพาสะดวก รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.07 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 2.79 มอบเป็นของฝากได้โดย

ไม่ต้องท้อซ้ำ รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.50 และเปิดบริโศคและจัดเก็บส่วนที่เหลือได้สะดวก รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.87 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.17

## 2. คุณลักษณะของที่ระลึกด้านการตลาด

- คุณลักษณะในด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าของที่ระลึกรูปแบบเดิม

โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในของที่ระลึกรูปแบบใหม่เปรียบเทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม พบว่าในทุกคุณลักษณะมีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ได้แก่ มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.85 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.11 มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่น รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วน ชัดเจน รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.17 และมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 มากกว่ารูปแบบเดิมที่มีค่าเฉลี่ย 3.24

## 4. สรุปผลและอภิปรายผล

ภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยที่ต้องการศึกษาการออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติกจกสถาน กลุ่มเรือนไทยจกสถาน พลาสติก ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิเคราะห์การออกแบบของที่ระลึกจากเศษพลาสติก โดยแยกตามประเด็นตัวชี้วัดต่าง ๆ ดังนี้

### 4.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินของที่ระลึกรูปแบบใหม่เทียบกับของที่ระลึกรูปแบบเดิม

- การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของของที่ระลึกรูปแบบใหม่มากกว่าของที่ระลึกรูปแบบเดิมในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจน้อยกว่าของที่ระลึกรูปแบบเดิม

จากสมมติฐานการศึกษา พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของของที่ระลึกรูปแบบใหม่มากกว่าของที่ระลึกรูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญ .05 ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เป็นการยอมรับสมมติฐาน

### 4.2 ข้อเสนอแนะการวิจัย

บทบาทหน้าที่ของที่ระลึกทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภคและกระแสของเทคโนโลยีได้ตลอดเวลา

การใช้ของที่ระลึกเพื่อเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายสินค้า จำเป็นที่จะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงไปของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ เพราะหน้าที่สำคัญของ คือการทำให้นม่นาวใจผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วอย่างไม่ลังเล

ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะพื้นที่หนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น การศึกษาในเชิงลึกของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบของที่ระลึกของแต่ละพื้นที่ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่น่าสนใจและมีเสน่ห์ที่แตกต่างกัน

ผลสรุปที่ได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้จริงกับสินค้าจากชุมชนนั้น ๆ โดยเฉพาะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าของฝากจากทุกชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น

## 5. บรรณานุกรม

[1] ของที่ระลึก, ภูมิปัญญาโดยคนไทย เพื่อคนไทย, (ออนไลน์) สืบค้นจาก <http://souvenirbuu.wordpress.com>

[2 พฤษภาคม 2547].

- [2] จักสานพลาสติก ฝีมือไทยแบรนด์นอก บทเรียนความเขลาครั้งนับไม่ถ้วน โดย ASTV ผู้จัดการ, (ออนไลน์) สืบค้น จาก<http://www.manager.co.th/> [27 พฤษภาคม 2547].
- [3] ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสินิท, 2537, การบรรจุภัณฑ์, กรุงเทพมหานคร, ว่างอักษร.
- [4] ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541, บรรจุภัณฑ์อาหาร, กรุงเทพมหานคร, แพคเมทส์.
- [5] วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 2557.
- [6] ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์, กรุงเทพมหานคร, พัฒนาการศึกษา.
- [7] สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์, 2537, การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย. กรุงเทพมหานคร, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [8] อัตลักษณ์ชุมชน (community indentity) มีความหมายอย่างไร, (ออนไลน์) สืบค้นจาก [http://www.vijai.org/research/project\\_content.asp?projID=RDG52N0026](http://www.vijai.org/research/project_content.asp?projID=RDG52N0026) [15 เมษายน 2557].
- [9] เอมอร วิศุภกาญจน์, การออกแบบของที่ระลึกเพื่อรณรงค์โครงการ "ลดโลกร้อน", 2542.