



การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้า
และของผ้าภูเวียง ตำบลภูเวียง อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น
The Design of Textile Souvenir Products of Phuwiang Souvenir
and Textile Handicrafts Group, Tambon Phuwiang,
Ampur Phuwiang, Khon Kaen Province

สมหญิง พงศ์พิมล^{1*} , สรัญญา ภักดีสุวรรณ²
Somying Pongpimol^{1*} , Saranya Phakdeesuwan²

¹สาขาวิชาการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
123 หมู่ 16 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002 ประเทศไทย

¹Department of Design, Faculty of Architecture, Khon Kaen University
123 Moo 16, Mittapap Road, Nai-Muang Sub-district, Muang District,
Khon Kaen Province, 40002, Thailand

²สาขาวิชาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
41/20 ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 44150 ประเทศไทย

²Department of Product Design and Development,
Faculty of Fine and Applied Arts, Mahasarakham University
41/20 Khamriang Sub-district, Kantarawichai District,
Maha Sarakham Province, 44150, Thailand

รับต้นฉบับบทความ: 4 กุมภาพันธ์ 2562 ปรับปรุงบทความ รอบที่ 1: 11 มิถุนายน 2562 ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 15 กันยายน 2562
ปรับปรุงบทความ รอบที่ 2: 8 กันยายน 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของผ้าภูเวียง ตำบลภูเวียง อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น โดยใช้แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคจำนวน 60 คน ได้มาด้วยวิธีคัดเลือกแบบเจาะจง แบบประเมิน

* ผู้เขียนหลัก
อีเมล: somying.ppl@gmail.com

ความพึงพอใจแบบร่างผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 5 คน และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จำนวน 36 คน ได้มาด้วยวิธีคัดเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลความต้องการผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค และผลความพึงพอใจแบบร่างผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้วิจัยนำมาออกแบบของที่ระลึกจากผ้าที่มีรูปแบบร่วมสมัย สีโทนเย็น คู่สีกลมกลืน และใช้ลวดลายบนผ้าเป็นรูปไดโนเสาร์เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของอำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น ผลความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยต่อผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยต่อตุ๊กตา กล่องใส่ทิชชู กล่องใส่ของ เบ็ดเตล็ด และกรอบรูปในระดับมาก ทั้งนี้กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากกุเวียงสามารถนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

คำสำคัญ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ผ้า อำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น

Abstract

The objectives of this research were to design of textile souvenirs of Phuwiang Souvenir and Textile Handicrafts Group, Tambon Phuwiang, Ampur Phuwiang, Khon Kaen Province. The evaluation of consumers' satisfaction towards the pattern of the designed textile souvenirs was also investigated. The research instruments included the demand questionnaire on products from the manufacturers, distributors, and consumers of 60 people obtained with a purposive sampling technique, the satisfaction evaluation form on products model from 5 design experts, and the satisfaction evaluation form on products from the consumers of 36 people obtained with a purposive sampling technique. The data analyses were used percentages, means, and standard deviations. From the result of products demand from manufacturers, distributors and consumers, and the result of the products satisfaction from design experts, therefore, the researcher used these results to design textile souvenir products which had contemporary styles, cool tones, harmonious colors, and patterns on the fabric as dinosaurs to convey the identity of Phu Wiang District, Khon Kaen Province. The result of consumers' satisfaction on the products found that the consumers had the average satisfaction with the pillowcase at the highest level, and had the average satisfaction with the dolls, tissue boxes, miscellaneous boxes, and picture frames at the high level. The Phuwiang Souvenir and Textile Handicrafts Group could bring the research results as information on the design of textile souvenir products to meet the needs of the consumers.

Keywords

Product Design, Souvenir, Textile Product, Phuwiang District, Khon Kaen Province

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ กระตุ้นเตือน และระลึกถึงสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคคล สัตว์ สิ่งของ เหตุการณ์ และสถานที่ (Monphrom & Soodsung, 2010, 83) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงหาซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนด้วยวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นที่ระลึกหรือของฝาก โดยประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ในปี พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 38.27 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 2.00 ล้านล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2019) ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ได้แก่ การพักผ่อน การบริการ และการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งนี้ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น (Yang, 2016, 2) จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นสินค้าสำคัญทางเศรษฐกิจ ประกอบกับรัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมให้แต่ละชุมชนมีรายได้และอาชีพจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ส่งผลให้ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้รับความนิยมและแพร่หลายมากขึ้น

กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง ตำบลภูเวียง อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ก่อตั้งขึ้นจากการรวมตัวของแม่บ้านที่เป็นเกษตรกร โดยใช้เวลารว่างจากการทำการเกษตร (ทำนาและทำไร่) มาทอผ้า และตัดเย็บผ้าที่ทำจากผ้าฝ้าย ผ้าไหม และผ้าพื้นเมืองต่างๆ ให้เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้า รวมทั้งจำหน่ายของฝากต่างๆ ตามผลผลิตและฤดูกาล ซึ่งทำให้สมาชิกกลุ่มฯ มีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียงยังน้อย เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และขาดเอกลักษณ์ที่สื่อถึงอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ทำให้ปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ามีจำนวนไม่มากนัก ทั้งนี้ภูเวียงเป็นอำเภอที่เก่าแก่แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น และเคยเป็นแหล่งชุมชนที่มีอารยธรรมสมัยโบราณ มีการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณ โลหะสำริด พระนอนสมัยทวารวดี เครื่องมือ เครื่องใช้ และภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2519 มีการค้นพบรอยเท้าและซากกระดูกไดโนเสาร์ และสัตว์โลกดึกดำบรรพ์ มีแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูเวียง พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง ผาชมตะวัน และวัดจันทร์เขามาราม (Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation, 2018) ดังนั้นจึงควรนำศิลปวัฒนธรรมและสถานที่ต่างๆ ดังกล่าวมาออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าให้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นงานศิลปะแบบประยุกต์ศิลป์ เนื่องจากการผสมผสานโดยการสร้างสรรค์รูปแบบให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านความงาม และประโยชน์ใช้สอยโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ดีจึงจำเป็นต้องศึกษาหาความรู้ความเข้าใจในงานออกแบบแต่ละอย่างโดยเฉพาะก่อน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความเป็นจริง รวมทั้งศึกษาหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้ ความสวยงาม ราคาพอสมควร การซ่อมแซมง่าย วัสดุและการผลิต และการขนส่ง

(Mital, Desai, Subramanian & Mital, 2008, 51) นอกจากนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกควรมีการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น เพื่อให้กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับความหมายและประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

Tiyapairat (2002, 8) ได้อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ กระตุ้นเตือน เน้นย้ำความทรงจำให้ระลึกถึงบุคคล เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ Charoenchai (2002, 10-12) ได้กำหนดแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไว้ดังนี้ (1) การกำหนดแบ่งจากวัตถุประสงค์ในการผลิต (2) การกำหนดแบ่งจากวัสดุและวิธีการสร้าง (3) การกำหนดแบ่งจากรูปลักษณะที่ปรากฏ และ (4) การกำหนดแบ่งตามคุณค่าแห่งการนำไปใช้ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นมีความสัมพันธ์กับวัสดุและเครื่องมือที่ใช้ รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศาสนา การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น ซึ่งทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rattanapol (2012, 1-9) ที่ได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครให้มีเอกลักษณ์เฉพาะชัดเจน โดดเด่น และมีศิลปวัฒนธรรมไทย

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกควรคำนึงถึงด้านการตลาดร่วมด้วย โดย Monphrom (2017, 43) ได้เสนอหลักการการออกแบบทั่วไป โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นักออกแบบต้องพิจารณาด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านความสะดวกและความแข็งแรงในการใช้งาน (2) ด้านการสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ (3) ด้านความสวยงาม และ (4) ด้านความประหยัดและประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang (2016, 1-7) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาของที่ระลึกจากเครื่องปั้นดินเผาโองกิ (Korean Onggi Earthenwares) โดยพบว่า สัญลักษณ์นิยม (Symbolism) ของของที่ระลึกจากเครื่องปั้นดินเผาโองกิเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ ความสวยงาม (Esthetics) ประโยชน์ใช้สอย (Practicality) และความสะดวกสบาย (Ease) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

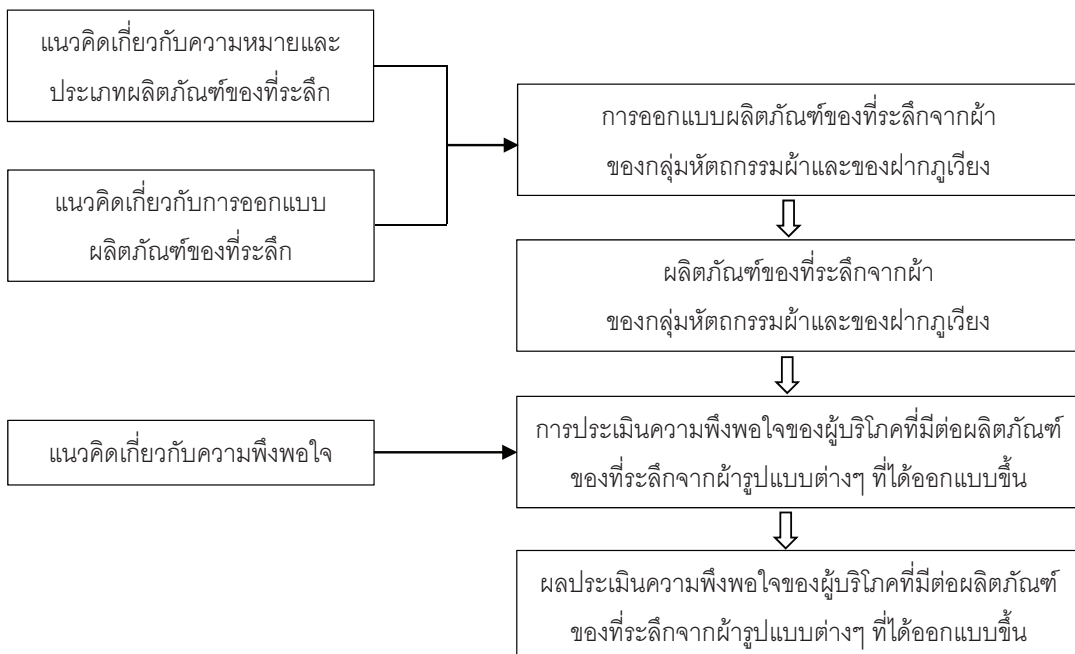
Wei (2018, 36-48) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนในสวนสนุกเซี่ยงไฮ้ดิสนีย์ (Shanghai Disney) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัด (Uniqueness) มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Meanings) และมีความแปลกใหม่และความสนุก (Novelty and Fun)

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Rattanasoon (2011, 34-35) ได้อธิบายความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ หากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการแล้วจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการนั้นต้องพิจารณาถึงรูปแบบการให้บริการ และความรู้สึกของผู้รับบริการในด้านต่างๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Armart & Silabutr (2008, 97-110) ที่พบว่า พฤติกรรมและความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้วิธีการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้แก่ การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต ซึ่งขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดความพึงพอใจ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งส่งผลให้การวัดความพึงพอใจนั้นมีประสิทธิภาพที่น่าเชื่อถือได้ นอกจากนี้ Dowduen (2015, 121-133) ได้แบ่งความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์จากผ้าด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านโครงสร้างผลิตภัณฑ์ (2) ด้านวัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ (3) ด้านความสวยงาม (4) ด้านการใช้สี (5) ด้านประโยชน์ใช้สอย (6) ด้านการดูแลและบำรุงรักษา และ (7) ด้านลวดลาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. วิธีการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ต มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้า มีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ตจำนวน 200 คน (จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลพบว่า มีผู้ผลิต 20 คน ผู้จำหน่าย 30 คน และผู้บริโภคเฉลี่ย 150 คนต่อวัน) โดยผู้บริโภคเป็นผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ต จำนวน 4 ร้านในจังหวัดขอนแก่น คือ (1) ร้านสืบสาน (2) ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าโอท็อป (3) ศูนย์สิ่งทอพระธรรมจันทร์ และ (4) ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ระลึกพื้นเมือง

1.1.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้มาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ผลิต และผู้จำหน่ายที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ตไม่น้อยกว่า 3 ปี และผู้บริโภคเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ต จำนวน 60 คน ประกอบด้วย ผู้ผลิต 8 คน (ร้อยละ 13.33) ผู้จำหน่าย 16 คน (ร้อยละ 26.67) ผู้บริโภค 36 คน (ร้อยละ 60) และพบว่า มีเพศหญิง 20 คน (ร้อยละ 33.33) เพศชาย 40 คน (ร้อยละ 66.67) โดยมีอายุ 21-30 ปี 16 คน (ร้อยละ 26.67) อายุ 31-40 ปี 19 คน (ร้อยละ 31.67) อายุ 41-50 ปี 13 คน (ร้อยละ 21.66) อายุ 51-60 ปี 9 คน (ร้อยละ 15) และอายุ 61-70 ปี 3 คน (ร้อยละ 5)

1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และแบบสอบถามรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

1.1.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และแบบสอบถามรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 ชุด โดยใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูล 10 วัน และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเอกลักษณ์ของตำบลภูเก็ต อำเภอภูเก็ต จังหวัดขอนแก่น

1.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามโดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ต
ประกอบด้วย (1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเก็ต
และ (2) การประเมินความพึงพอใจแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
มีรายละเอียดวิธีการวิจัยดังนี้

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.2.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
โดยพิจารณาถึงอาจารย์สาขาวิชาการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
จำนวน 10 คน

1.2.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อาจารย์สาขาวิชาการออกแบบ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 5 คน โดยได้มาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง
และเกณฑ์ในการคัดเลือกพิจารณาจากอาจารย์ที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบอย่างน้อย 3 ปี

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมิน
ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น
โดยแบบประเมินความพึงพอใจมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ (5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง
2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด) ทั้งนี้เกณฑ์การตัดสินผลข้อมูลพิจารณาจากค่าเฉลี่ยตามช่วงระดับคะแนน
คือ ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึงพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึงพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึงพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึงพึงพอใจน้อย และ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึงพึงพอใจน้อยที่สุด

1.2.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มจากนำแบบประเมินส่งให้กับผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการออกแบบจำนวน 5 คน แล้วเก็บรวบรวมแบบประเมินโดยใช้วิธีการนัดไปรับคืนแบบประเมินด้วย
ตัวเอง (ใช้เวลาเก็บรวบรวมแบบประเมิน 7 วัน) จากนั้นนำแบบประเมินที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์
ของแบบประเมิน

1.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลของแบบประเมินโดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (S.D.)

2. วิธีการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

2.1 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจ

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้นจากผู้บริโภค โดยแบบประเมินความพึงพอใจ มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ (5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด) ทั้งนี้เกณฑ์การตัดสินพิจารณาจากค่าเฉลี่ยตามช่วงระดับคะแนนคือ ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึงพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึงพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึงพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึงพึงพอใจน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึงพึงพอใจน้อยที่สุด

2.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มจากนำแบบประเมินส่งให้กับผู้บริโภคจำนวน 36 คน แล้วเก็บรวบรวมแบบประเมินโดยใช้วิธีการนัดไปรับคืนแบบประเมินด้วยตัวเอง หรือขอให้ผู้ตอบแบบประเมินจัดส่งกลับทางไปรษณีย์ (ใช้เวลาเก็บรวบรวม 10 วัน) จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบประเมิน

2.2 วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลของแบบประเมินโดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง

1.1 ผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้า

1.1.1 ผลการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง) ปรากฏผลดังนี้

1.1.1.1 เกล็ดขนที่สื่อถึงอำเภอกู่เวียง จังหวัดขอนแก่น ในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ไตโนเสาร์ (25 คน ร้อยละ 41.67) รองลงมาคือ ปาไม้ (18 คน ร้อยละ 30) ภูเขา (6 คน ร้อยละ 10) น้ำตก (5 คน ร้อยละ 8.33) พระพุทธรูป (3 คน ร้อยละ 5) ถ้ำฝ่ามือแดง (2 คน ร้อยละ 3.33) และเจ้าจอมปากช่อง (1 คน ร้อยละ 1.67) ตามลำดับ

1.1.1.2 ชนิดผ้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ผ้าไหม (41 คน ร้อยละ 68.3) รองลงมาคือ ผ้าฝ้าย (19 คน ร้อยละ 31.7) ประเภทการใช้งานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ของใช้ในบ้าน (46 คน ร้อยละ 76.67) เครื่องแต่งกาย (7 คน ร้อยละ 11.67) ของชำร่วย (4 คน ร้อยละ 6.67) ผ้าผืน (2 คน ร้อยละ 3.33) และของใช้สำนักงาน (1 คน ร้อยละ 1.66)

1.1.1.3 ของใช้ของตกแต่งบ้านที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ ปลอกหมอน (14 คน ร้อยละ 23.33) รองลงมาคือ กล้องใส่ของเบ็ดเตล็ด (12 คน ร้อยละ 20) ตุ๊กตา (10 คน ร้อยละ 16.67)

กรอบรูป (8 คน ร้อยละ 13.33) กล้องใส่ทิชชู (6 คน ร้อยละ 10) โคมบาย (4 คน ร้อยละ 6.67) ผ้าคลุมโทรศัพท์ (3 คน ร้อยละ 5) ที่ใส่ซอง (2 คน ร้อยละ 3.33) และผ้าปูโต๊ะ (1 คน ร้อยละ 1.67) ตามลำดับ

1.1.1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ร่วมสมัย (23 คน ร้อยละ 38.33) รองลงมาคือ ทันสมัย (18 คน ร้อยละ 30) แปลกใหม่ (10 คน ร้อยละ 16.67) และดั้งเดิม (9 คน ร้อยละ 15) ตามลำดับ ลวดลายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ลดทอน (33 คน ร้อยละ 55) รองลงมาคือ ธรรมชาติ (27 คน ร้อยละ 45) สีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ โทนเย็น (36 คน ร้อยละ 60) รองลงมาคือ โทนร้อน (24 คน ร้อยละ 40) คู่สีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ กลมกลืน (44 คน ร้อยละ 73.33) รองลงมาคือ ตรงข้าม (16 คน ร้อยละ 26.67)

1.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง

1.2.1 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง) ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าดังนี้

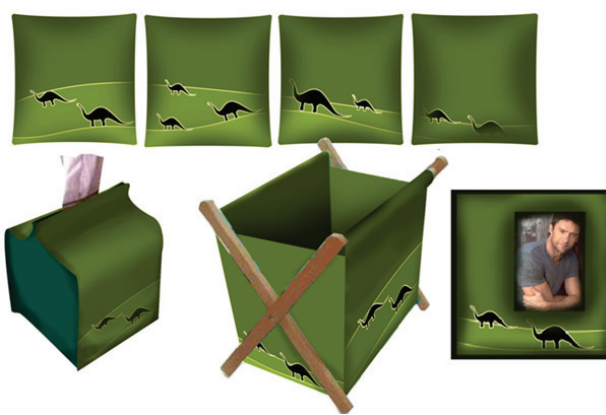
1.2.1.1 แนวคิดหลักการออกแบบ (Concept Design)

ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าให้เป็นชุด (Collection) เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อให้เพิ่มขึ้น โดยออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน เพื่อง่ายในการผลิตตามศักยภาพของกลุ่ม และผสมผสานศิลปะการสร้างลวดลายบนผ้าทั้งวิธีการแบบดั้งเดิมและวิธีที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันเพื่อให้เกิดรูปแบบที่ร่วมสมัยมากขึ้น นอกจากนี้ยังได้แรงบันดาลใจจากชาวดึกดำบรรพ์ของไดโนเสาร์พันธุ์ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน่ ซึ่งค้นพบที่อำเภอกู่แก้ว จังหวัดขอนแก่น ประกอบกับเรื่องราวของป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์

1.2.1.2 แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดต่างๆ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดต่างๆ

แนวคิด	ภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้า
แนวคิดที่ 1: “แนวคิดย้อนรอย” เพื่อให้มีจินตนาการย้อนกลับไปในอดีตกาลในช่วงที่ไดโนเสาร์ยังมีชีวิตอยู่ โดยใช้เทคนิคการสร้างลวดลายผ้าบาติก ใช้ลายเส้นที่มีชีวิตชีวา และสีโทนเขียวสดใสเป็นหลักเพื่อสะท้อนแนวคิด	
แนวคิดที่ 2: “แนวคิดแกะรอย” ใช้เทคนิคการมัดหมี่เป็นแนวทางในการออกแบบซึ่งทำให้เกิดลวดลายเป็นรูปไดโนเสาร์ และใช้โทนสีม่วงเป็นหลักเพื่อให้รูปไดโนเสาร์มีความเด่นชัด	
แนวคิดที่ 3 : “แนวคิดร่องรอย” ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากซากดึกดำบรรพ์ และใช้เทคนิคการต่อผ้า (Quilt) เพื่อสร้างมิติให้แก่ผลงาน และนำเสนอโดยใช้โทนสีทึม (Dull Color) เป็นหลัก	

1.2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง จากนั้นส่งแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน ประเมินความพึงพอใจ แสดงดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2

ผลความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดต่างๆ

รายละเอียด	ความพึงพอใจ					
	แนวคิดที่ 1 (แนวคิดย้อนรอย)		แนวคิดที่ 2 (แนวคิดแกะรอย)		แนวคิดที่ 3 (แนวคิดร่องรอย)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. มีรูปทรงสวยงาม	3.80	0.45	3.80	0.45	3.80	0.45
2. มีรูปทรงแปลกใหม่ แตกต่างจากท้องตลาด	3.40	0.55	3.40	0.55	2.80	0.84
3. มีรูปแบบง่ายต่อการผลิต	4.60	0.55	1.80	0.84	2.20	0.84
4. มีเอกลักษณ์ที่สื่อถึง อ.ภูเวียง จ.ขอนแก่น	4.60	0.55	3.20	0.84	2.60	0.55
5. มีโทนสีที่เหมาะสม	3.20	0.84	2.00	0.71	2.40	0.89
6. มีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	4.40	0.55	4.00	0.71	4.20	0.45
7. มีความสะดวกต่อการขนส่ง	4.00	0.00	4.00	0.00	3.80	0.45
8. มีความสะดวกต่อการนำพากลับไป	3.80	0.45	4.00	0.00	4.00	0.00
9. มีระยะเวลาในการผลิตเหมาะสม	4.60	0.55	1.60	0.55	2.20	0.84
10. มีขนาดเหมาะสมต่อการนำพากลับไป	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
11. มีน้ำหนักเหมาะสมต่อการนำพากลับไป	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
12. มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า 1 อย่าง	4.60	0.55	3.40	0.55	3.40	0.55
ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 12 ข้อ	4.08	0.49	3.27	0.93	3.28	0.78
แปลผล	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	

(N=5)

จากตารางที่ 2 พบว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดที่ 1 ได้รับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอยู่ในระดับมาก ส่วนแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดที่ 2 และ 3 ได้รับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดที่ 1 ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้า ได้แก่ ปลอกหมอน กล่องใส่ของเบ็ดเตล็ด ตุ๊กตา กรอบรูป และกล่องใส่ทิชชู ทั้งนี้จากการนำเสนอแบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าแก่กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียงพบว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าตามแนวคิดที่ 1 สามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าได้โดยผลิตจากผ้าไหมคุณภาพสูงด้วยเทคนิคการพิมพ์สกรีน (Screen Printing) เนื่องจากผ้าไหมเป็นวัสดุที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น และสมาชิกกลุ่มฯ มีความสามารถในการตัดเย็บผ้าไหม รวมทั้งการพิมพ์สกรีนบนผ้ามีขั้นตอนการทำที่ไม่ซับซ้อน และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มฯ ผลิตขึ้นมาแสดงดังภาพที่ 2



(ก) ปลอกหมอน



(ข) กล่องใส่ของเบ็ดเตล็ด



(ค) ตุ๊กตา



(ง) กรอบรูป



(จ) กล่องใส่ทิชชู

ภาพที่ 2: ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าต่างๆ ที่กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของผ้าภูเวียงผลิตขึ้นมา

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น

รายละเอียด	ความพึงพอใจ									
	กรอบรูป		กล่องใส่ของ		กล่องใส่ทิชชู		ตุ๊กตา		ปลอกหมอน	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านโครงสร้าง	3.47	0.65	4.11	0.52	3.47	0.51	4.19	0.89	4.36	0.49
2. ด้านวัสดุ	4.31	0.67	4.22	0.68	4.14	0.35	4.08	0.73	4.61	0.60
3. ด้านความสวยงาม	3.22	0.42	3.75	0.5	3.97	0.17	4.78	0.42	4.67	0.48
4. ด้านการใช้สี	3.31	0.62	3.14	0.64	3.53	0.56	3.86	0.59	4.72	0.45
5. ด้านประโยชน์ใช้สอย	3.28	0.81	3.89	0.46	4.33	0.48	4.28	0.61	4.56	0.50
6. ด้านการบำรุงรักษา	3.36	0.59	3.19	0.52	4.17	0.61	3.44	0.97	4.86	0.35
7. ด้านความคงทน	3.53	0.61	3.39	0.60	3.69	0.52	4.61	0.49	4.61	0.49
8. ด้านภาพรวม	3.53	0.56	3.58	0.65	4.08	0.28	4.28	0.61	4.81	0.4
ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 8 ข้อ	3.50	0.35	3.66	0.40	3.92	0.32	4.19	0.42	4.65	0.16
แปลผล	มาก		มาก		มาก		มาก		มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 พบว่า ปลอกหมอนได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจากผู้บริโภคในระดับมากที่สุด ส่วนตุ๊กตา กล่องใส่ทิชชู กล่องใส่ของเบ็ดเตล็ด และกรอบรูป ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจากผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าโดยใช้แบบสอบถามรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง) เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ คือ ควรมีรูปแบบร่วมสมัย ลวดลายลดทอน สีโทนเย็น และคู่สีกลมกลืน วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าควรเป็นวัสดุที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น ได้แก่ ผ้าไหม และผ้าฝ้าย ส่วนการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าควรผลิตด้วยเทคนิคที่กลุ่มผู้ผลิตสามารถทำได้ และควรทำจากผ้าที่มีคุณภาพสูง ได้แก่ สีไม่ตก คงทน ทำความสะอาดง่าย และเนื้อผ้าแน่นไม่ขาดง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Yang (2016, 1-7) ที่พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีสัญลักษณ์นิยม (Symbolism) ของท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือ ความสวยงาม (Esthetics) ประโยชน์ใช้สอย (Practicality) และความสะดวกสบาย (Ease) ตามลำดับ ซึ่งช่วยส่งเสริมมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกใช้แนวคิดจากผลการศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ต้องการของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง) แล้วออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดที่ 1 (แนวคิดย้อนรอย) แนวคิดที่ 2 (แนวคิดเกาะรอย) และแนวคิดที่ 3 (แนวคิดร่องรอย) โดยทำให้ได้ผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความเหมาะสมสำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากนั้นนำแบบร่างแนวคิดไปสอบถามความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ซึ่งพบว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์แนวคิดที่ 1 (แนวคิดย้อนรอย) ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยมากที่สุด การนำเสนอแบบร่างผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียงพบว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์สามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าได้ โดยผลิตจากผ้าไหมคุณภาพสูงด้วยเทคนิคการพิมพ์สกรีนและการตัดเย็บเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบลวดลายบนผ้าสกรีนเป็นรูปไคโนเสาร์ผสมผสานกับลายเส้นที่สื่อถึงป่าไม้และภูเขา เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rattanapol (2012, 3) ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกควรมีเอกลักษณ์เฉพาะชัดเจน โดดเด่นและแสดงถึงความเป็นสถานที่นั้น ตลอดจนความเป็นศิลปวัฒนธรรมไทย

3. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ได้ออกแบบขึ้นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยปลอกหมอนได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในระดับมาก คือ ตุ๊กตา กล่องใส่ทิชชู กล่องใส่ของ

เบ็ดเตล็ด และกรอบรูป ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ได้ออกแบบขึ้นมีจุดเด่นดังนี้ (1) ด้านโครงสร้าง มีขนาดที่เหมาะสม และสะดวกในการใช้งาน (2) ด้านวัสดุ ทำจากผ้าไหมที่มีคุณภาพสูง (3) ด้านความสวยงาม มีรูปแบบที่ทันสมัย และรูปทรงที่สวยงาม (4) ด้านการใช้สี มีโทนสีเย็น สบายตา และเหมาะสม (5) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีความสะดวกในการนำพา และง่ายในการจัดเก็บ (6) ด้านการบำรุงรักษา สามารถทำความสะอาดและซ่อมแซมได้ง่าย (7) ด้านลวดลาย มีลวดลายร่วมสมัย และเป็นเอกลักษณ์ (รูปไดโนเสาร์) ซึ่งจุดเด่นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Armart & Silabutr (2008, 106) ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีสีสันสวยงาม และได้มาตรฐานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Monphrom (2017, 43) ที่กล่าวว่า นักออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกควรพิจารณาถึง (1) ความสะดวกและความแข็งแรงในการใช้งาน (2) การสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ (3) ความสวยงาม และ (4) ความประหยัดและประโยชน์ใช้สอย ของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้า และของฝากภูเวียง และทราบถึงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบขึ้น เพื่อทำให้กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต่อไป

สรุป

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่ต้องการของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าของกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง แล้วจึงออกแบบ แบบร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าที่มีรูปแบบร่วมสมัย ใช้ลวดลายลดทอน สีโทนเย็น คู่สีกลมกลืน และ ใช้ลวดลายบนผ้าเป็นรูปไดโนเสาร์ (พันธุ์ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน) เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของอำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 3 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดย้อนรอย แนวคิดเกาะรอย และแนวคิดร่องรอย ผลประเมิน ความพึงพอใจแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบขึ้นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์ แนวคิดย้อนรอยได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยมากที่สุด การนำเสนอแบบร่างผลิตภัณฑ์ แก่กลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียงพบว่า แบบร่างผลิตภัณฑ์แนวคิดย้อนรอยนี้สามารถผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้าได้ โดยผลิตจากผ้าไหมคุณภาพสูงด้วยเทคนิคการพิมพ์สกรีนและการ ตัดเย็บเป็นหลัก ส่วนผลความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้นพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยต่อบรรยากาศมากที่สุด และมีความพึงพอใจโดย เฉลี่ยต่อ ตุ๊กตา กล้องใส่ทิชชู กล้องใส่ของเบ็ดเตล็ด และกรอบรูป อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์คือ (1) ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผ้ารูปแบบต่างๆ ที่ได้ออกแบบขึ้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้ไปพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ยอดขายผลิตภัณฑ์สูงขึ้น (2) ผลิตภัณฑ์ของ



ที่ระลึกจากผ้าที่ผู้วิจัยออกแบบนี้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด ซึ่งสามารถนำผลิตภัณฑ์นี้เข้าสู่กระบวนการผลิตจริงในเชิงพาณิชย์ได้ ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปคือ ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และควรนำลวดลายของผ้าท้องถิ่นต่างๆ มาออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงถึงศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จด้วยดีโดยได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยแหล่งท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น และได้รับความร่วมมือจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าและของฝากภูเวียง ตำบลภูเวียง อำเภอกู่เวียง จังหวัดขอนแก่น

References

- Armart, P. & Silabutr, P. (2008). A study of consumer behaviour and satisfaction on buying souvenir products focusing in Muang Sisaket. **The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal**. 14(2), 97-110. [in Thai]
- Charoenchai, P. (2002). **Behavior and attitude of tourists towards handicraft souvenirs sold in Muang District, Udon Thani Province**. (Independent study report, Master of Business Administration Degree in Hotel and Tourism Management, Graduate School, Mahasarakham University). [in Thai]
- Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. (2018). **Phuwaing**. Retrieved March 25, 2019, from http://park.dnp.go.th/visitor/nationparkshow.php?PTA_CODE= 1072. [in Thai]
- Dowduen, C. (2015). Development and design of ladies' bags with traditional textile patterns form Ban Pa Tang, Uthai Thani Province. **Art and Architecture Journal Naresuan University**. 6(1), 121-133. [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). **Press conference: Tourism situation 2018**. Retrieved March 25, 2019, from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11273. [in Thai]
- Mital, A. ; Desai, A. ; Subramanian, A. & Mital, A. (2008). **Product development: A structured approach to consumer product development, design, and manufacture**. Boston, USA: Butterworth-Heinemann.
- Monphrom, R. (2017). Product development and value of the souvenirs products for Nakhon Sawan. **Art and Architecture Journal Naresuan University**. 8(1), 40-51. [in Thai]

- Monphrom, R. & Soodsung, N. (2010). The development of design product for Terra-Cotta Souvenir from Baan Mon Pottery and Craft Group, Tambon BaanKaeng, Ampur Muang, Nakhon-Sawan Province. **Art and Architecture Journal Naresuan University**. 1(2), 81-90. [in Thai]
- Rattanasoon, D. (2011). **Study and design of educational product for Sirindhorn Museum**. (Master's thesis, Master of Industrial Education (Technology of Industrial Product Design), Department of Industrial Design Technology, Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang). [in Thai]
- Rattanaol, P. (2012). Development of the souvenir design and package to preserve Thai arts and culture. **Rajabhat Phranakhon Research Journal**. 7(1), 1-9. [in Thai]
- Tiyapairat, S. (2002). **Factors relating to tourists decision making in purchasing souvenirs: A case study of Mae Sai District, Chiang Rai Province**. (Independent study report, Master of Arts (Tourism Industry Management), Graduate School, Chiang Mai University). [in Thai]
- Wei, W. (2018). Understanding values of souvenir purchase in the contemporary Chinese culture: A case of Shanghai Disney. **Journal of Destination Marketing & Management**. 10, 36-48.
- Yang, J. I. (2016). The tourists' behavioral intention on the souvenir of pottery from onggi and attribute of tourism souvenir. **Indian Journal of Science and Technology**. 9(26), 1-7.