

การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมและบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านหลุมข้าว

The Pattern Development of Resin Wicker Baskets and Packaging in Ban Lumkhao Community

ดวงพร ไม้ประเสริฐ¹
Doungporn Maiprasert¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี 2) เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว และ 3) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบลายตะกร้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบป้ายสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คน สุ่มแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านหลุมข้าวได้ผลิตผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดมีหลากหลายลวดลายประกอบด้วย ลายดอกพิกุล ลายดอกกุหลาบ ลายเรือสุพรรณหงส์ ลายไทยแนวเอียงลายไทยและลายไทยดอกเดียวด้วยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบลายตะกร้าที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 อยู่ในระดับมากที่สุด และผลการประเมินการออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบป้ายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48 อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : ตะกร้าหวายเทียม ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ชุมชนบ้านหลุมข้าว

Abstract

The purposes of the research were 1) to study the problems and needs about development of resin wicker basket in Ban Lumkhao community, Moo 5, Lumkhao subdistrict, Khok Samrong district, Lopburi province; 2) to develop a model using a participatory action research for resin wicker basket in Ban Lumkhao community, Moo 5, Lumkhao subdistrict, Khok Samrong district, Lopburi province; and 3) to investigate the consumer satisfaction toward the basket patten, tag label, and packaging design of resin wicker basket in Ban Lumkhao community, Moo 5, Lumkhao subdistrict, Khok Samrong district, Lopburi province. The sample was 15 villagers and 30 customers in Ban Lumkhao community with purposive sampling. The findings found that 1) In terms of resin wicker basket's identity, Ban Lumkhao community has produced the outstanding basket patterns including

¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Department of Multimedia Technology, Faculty of Information Technology, Thepsatri Rajabhat University

E-mail : maiprsert2517@gmail.com

Pikul flower pattern, rose pattern, Suphannahong's royal barge pattern, slanted Thai pattern, and single Thai flower pattern with participatory action research; 2) For the evaluation of consumer satisfaction toward the basket pattern, The mean was 4.56 and the standard deviation was 0.64. It was at the highest level; and 3) As regards logo, tag, and packaging design of resin wicker basket in Ban Lumkhao community, the overall mean was 4.74, and the standard deviation was 0.48. It was at the highest level.

Keyword: Resin Wicker Basket, Participatory Action Research, Ban Lumkhao Community

วันที่รับบทความ: 23 มกราคม 2566

วันที่แก้ไขบทความ: 31 มีนาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 21 เมษายน 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จากเนื้อหาสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ปีพ.ศ.2561 – 2580) มุ่งเน้นการพัฒนาคนเชิงคุณภาพในทุกช่วงวัย ตั้งแต่ช่วง การตั้งครรภ์ ปฐมวัย วัยเด็ก วัยรุ่น วัยเรียน วัยผู้ใหญ่ วัยแรงงาน และวัยผู้สูงอายุ ซึ่งในปัจจุบันคนในช่วงวัยผู้สูงอายุจะสูงขึ้น ซึ่งการพัฒนาผู้สูงอายุควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเป็นพลังในการขับเคลื่อนประเทศ ส่งเสริมให้มีการทำงานหลังเกษียณ ผ่านการเสริมทักษะการดำรงชีวิต ทักษะอาชีพในการหารายได้ มีงานทำที่เหมาะสมกับศักยภาพ พร้อมกับจัดสภาพแวดล้อมให้เป็นมิตรกับผู้สูงอายุและหลักประกันทางสังคมที่สอดคล้องกับความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในสังคม ในการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่มีความรู้ ประสบการณ์และทักษะ เพื่อถ่ายทอดความรู้อันเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ อย่างเช่น ชุมชนบ้านหลุมข้าว ซึ่งจากการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านหลุมข้าว ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี เป็นการรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ โดยเตรียมความพร้อมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ และสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะการเพิ่มรายได้ ออมและการลงทุนระยะยาวของคนตั้งแต่ก่อนเกษียณอายุ พัฒนาระบบและกลไกเพื่อสนับสนุนการปรับตัวของประชากรให้สามารถปรับเปลี่ยนอาชีพ ให้เหมาะสมตามแต่ละช่วงอายุ เพื่อยืดช่วงเวลาและเพิ่มโอกาสในการทำงานในยามสูงอายุและสร้างหลักประกันทางรายได้ให้แก่ตนเองได้นานขึ้น สร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนหรือสถานประกอบการในการเตรียมความพร้อมของแรงงานก่อนวัยเกษียณ การจ้างงานผู้สูงอายุให้เหมาะสมกับวัยวุฒิ ประสบการณ์ และสมรรถนะ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับการส่งเสริมและฟื้นฟูศักยภาพ ผู้สูงอายุ ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมทำต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคม โดยส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้ทุกภาคส่วนมีการจ้างงาน ผู้สูงอายุให้เหมาะสมกับวัยวุฒิ ประสบการณ์ และสมรรถนะส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาและประสบการณ์ และร่วมสร้างสังคมที่ไม่ทอดทิ้งกัน เพื่อเพิ่มคุณค่าของผู้สูงอายุ

ชุมชนบ้านหลุมข้าว หมู่ 5 ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี เป็นชุมชนหนึ่งที่เริ่มจากการทอผ้าและเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการจักสาน โดยได้งบประมาณจาก กศน.โคกสำโรงส่งเสริมการเรียนรู้การทำตะกร้า เริ่มแรกจะเป็นตะกร้าปอปาน แล้วกลุ่มได้สังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลงที่คงทน คือ การใช้หวายเทียม โดยการทำตะกร้าปอปานใช้ระยะเวลาในการทำ 1 ปี เปลี่ยนแปลงเป็นตะกร้าหวายเทียมใช้เวลาทำเกือบ 4 ปี สำหรับสมาชิกในกลุ่มมีประมาณ 10-15 คน เป็นผู้ที่ทำอาชีพหลักในการทำนา และผลิตตะกร้าเป็นอาชีพเสริม จำนวนการผลิตตะกร้าหวายเทียม ใช้เวลาในการทำโดยรวมประมาณ 1 ใบ/ 3 สัปดาห์ กำลังการผลิตสูงสุดประมาณ 8-10 ใบ/ 1 เดือน เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุในพื้นที่หลุมข้าว และใช้เวลาว่างในการทำตะกร้า รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 10,000 บาท ช่องทางการจำหน่ายจะเป็นการออกงาน เช่น งานวัฒนธรรม งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์หรืองานประชุมต่าง ๆ และมีการฝากขายกับ

องค์การบริหารส่วนตำบลหลุมข้าว ลักษณะของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันจะเป็นผู้ที่ใช้ตะกร้าในการใส่ของมาทำบุญที่วัดและซื้อของในตลาดเป็นวิทยทำงานและผู้สูงอายุ สำหรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมจะมีหลายแบบประกอบด้วย 1) แบบทรง 8 เหลี่ยมรอบโค้ง 2) แบบทรง 8 เหลี่ยมรอบมุม 3) ทรงกลม 4) ทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส และ 5) ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า

สถานที่ผลิตหลักจะเป็นบ้านเลขที่ 19/1 ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี และตามบ้านของสมาชิกในการผลิต ปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มตะกร้าหวายเทียมหลุมข้าว เกิดจากกระบวนการผลิตที่ยังไม่มีความประณีตทั้งด้านในตะกร้าและด้านล่างตะกร้า อีกทั้งการขนส่งที่ไม่สะดวกไม่มีบรรจุภัณฑ์ในการรองรับการขนส่งในระยะไกล หรือไม่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมทั้งการขายของออนไลน์และการออกจำหน่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่ชุมชน เพื่อบรรจุภัณฑ์แบบรักษ์โลกที่ต้องการพัฒนาสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายในระหว่างการขนส่ง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษางานวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในการผลิตผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนให้คนภายในชุมชนหลุมข้าวได้เล็งเห็นความสำคัญของอัตลักษณ์ชุมชนและยังช่วยสนับสนุนให้เกิดการเพิ่มศักยภาพด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี

1.2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว

1.2.3 เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบลายตะกร้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบป้ายสินค้าและการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

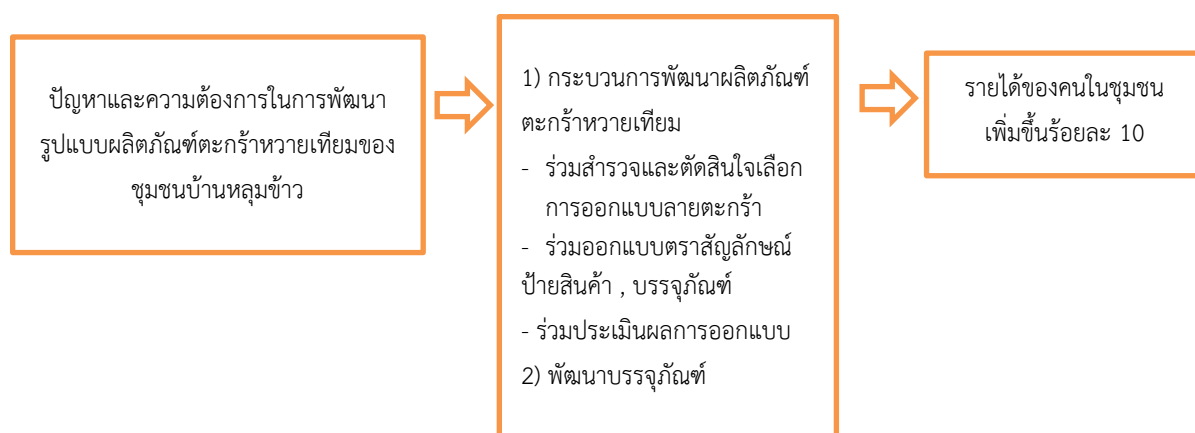
3.1 ขอบเขตประชากร

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คน สุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2 ขอบเขตเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ขอบเขตของเนื้อหา คือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึงการออกแบบลายตะกร้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบป้ายสินค้าและการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมบ้านหลุมข้าว

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทีมนักวิจัย และชุมชนบ้านหลุมข้าว

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คน สุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

- 1) แบบคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่มกับชุมชนบ้านหลุมข้าว
- 2) แบบสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คน

ขั้นตอนการวิจัย

จากการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านหลุมข้าว หมู่ 5 ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี เริ่มที่การสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นการผลิตตะกร้าจากกลุ่มคนในชุมชนเพียง 3-4 คน เท่านั้น และต้องการพัฒนารูปแบบลวดลายตะกร้าเพิ่มมากขึ้น และผลิทยังไม่มีความประณีต ด้านในยังเป็นเพียงไม้กระดานแผ่นรองกันตะกร้า และด้านกันตะกร้าด้านนอกก็ยังมีตะปูที่อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการใช้งานตะกร้าได้ อีกทั้งยังต้องการให้คนในชุมชนมีความรู้ความชำนาญเพิ่มจำนวนมากขึ้น โดยให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตตะกร้าหวายเทียม ซึ่งจะทำให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิม และต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ ป้ายสินค้า และบรรจุภัณฑ์ไว้สำหรับตะกร้าเพื่อสร้างเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของชุมชน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ปัญหาตะกร้ายังไม่ประณีต

จากนั้นได้ทำการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่คนในชุมชนบ้านหลุมข้าวร่วมกันและมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การออกแบบ จัดทำตะกร้าอย่างประณีต วิเคราะห์ผลการขายสู่ตลาดทั้งในชุมชนและนอกชุมชน และมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนส่งให้ลูกค้าได้สะดวกขึ้น ดังขั้นตอนต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมที่มีความประณีต

- 1.1) การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการในการขึ้นโครงตะกร้าด้วยโครงเหล็กและตอกไม้ไผ่



ภาพที่ 3 การถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการขึ้นโครงตะกร้า



ภาพที่ 4 การถ่ายทอดความรู้การขึ้นตอกไม้ไผ่

1.2) การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในด้านการจักสาน



ภาพที่ 5 การจักตอก



ภาพที่ 6 การขึ้นลายสาน



ภาพที่ 7 การถ่ายทอดองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมในด้านการจักสาน

1.3) การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการในด้านการบุผ้าภายในตะกร้าหวายเทียม



ภาพที่ 8 การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการในด้านการบุผ้า

2) ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัด

2.1) การถ่ายทอดองค์ความรู้ในการออกแบบลายตะกร้าหวายเทียมในรูปแบบที่หลากหลายแต่มีความเป็นเอกลักษณ์



ภาพที่ 9 การถ่ายทอดการขึ้นลายตะกร้า



ภาพที่ 10 การจูนางตะกร้า



ภาพที่ 11 การถ่ายทอดองค์ความรู้ในการออกแบบลายตะกร้าหวายเทียม

เดิมชุมชนจะมีลวดลายแบบลายไทย ซึ่งมีลักษณะเป็นลายดอกขนาดเล็ก ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 ลายไทย

และปัจจุบันชุมชนมีลวดลายที่ได้ออกแบบมาเพิ่มอีก จำนวน 6 ลาย ประกอบด้วย ลายขอ ลายดอกพิกุล ลายดอกกุหลาบ ลายเรือสุพรรณหงส์ ลายไทยแนวเอียงลายไทยและลายไทยดอกเดี่ยว



ภาพที่ 13 ลายขอ



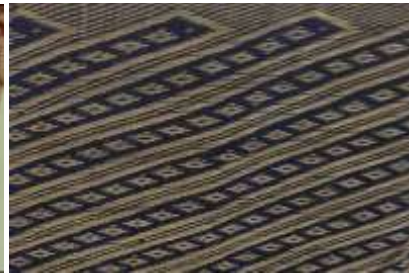
ภาพที่ 14 ลายดอกพิกุล



ภาพที่ 15 ลายดอกกุหลาบ



ภาพที่ 16 ลายเรือสุพรรณหงส์



ภาพที่ 17 ลายไทยแนวเอียง



ภาพที่ 18 ลายไทยดอกเดี่ยว

3) ออกแบบตราสัญลักษณ์ ป้ายผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

3.1) ประชุมวางแผนพูดคุยระหว่างผู้ประกอบการและคณะทีมงานที่ปรึกษาในการออกแบบสัญลักษณ์, ป้ายผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ตรงตามความต้องการของกลุ่มตะกร้าหวายเทียมหลุมข้าว

3.2) ขั้นตอนออกแบบตราสัญลักษณ์ ป้ายผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ทางกลุ่มพิจารณา ชุมชนร่วมออกแบบและหาภาพและข้อความที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนให้ปรากฏในตราสัญลักษณ์ ป้ายผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ และเลือก ตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัย กลุ่มบ้านหลุมข้าวและลูกค้าเลือกแบบจากขั้นตอนออกแบบ ดังภาพที่ 19-21



ภาพที่ 19 ตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 20 ป้ายผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 21 บรรจุภัณฑ์

4. สำนวความพึงพอใจของกลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คน ต่อ
ออกแบบลายตะกร้า ตราสัญลักษณ์ ป้ายสินค้าและบรรจุภัณฑ์

เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

4.51 – 5.00	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความพึงพอใจมาก
2.51 – 3.50	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.50	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 1 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คนที่มีต่อลายตะกร้า
หวายเทียม

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความประณีต สวยงามของลวดลาย	4.61	0.69	มากที่สุด
ความหลากหลายของลวดลาย	4.62	0.20	มากที่สุด
สีที่เด่นชัดสวยงาม	4.53	0.74	มากที่สุด
ความเหมาะสมของลวดลาย	4.52	0.74	มากที่สุด
ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาออกแบบลวดลาย	4.56	0.83	มากที่สุด
ความเหมาะสมของสีที่ใช้มาเป็นส่วนประกอบ	4.55	0.67	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.56	0.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อลายตระกร้าหวายเทียม ของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 45 คน (กลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คน) ความพึงพอใจในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และ ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 0.64 อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวจำนวน 15 คน และลูกค้าจำนวน 30 คนที่มีต่อป้ายผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ตราสินค้า			
1.ตราสินค้ามีความทันสมัย	4.73	0.45	มากที่สุด
2.ตราสินค้ามีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.67	0.52	มากที่สุด
3.ตราสินค้ามีรูปลักษณ์ที่จดจำง่าย	4.84	0.37	มากที่สุด
4.ตราสินค้ามีความโดดเด่นสวยงาม	4.60	0.62	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.71	0.49	มากที่สุด
ป้ายผลิตภัณฑ์			
1. มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า	4.87	0.34	มากที่สุด
2. ป้ายฉลากแสดงภาพลักษณ์สินค้าและคุณภาพ	4.71	0.51	มากที่สุด
3.ป้ายฉลากสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์	4.62	0.61	มากที่สุด
4.ป้ายฉลากสามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน	4.80	0.40	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.75	0.47	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์			
1.วัสดุที่ใช้สามารถป้องกันการสัมผัสกับน้ำความชื้นหรืออากาศ	4.62	0.65	มากที่สุด
2.โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดใช้งานได้ง่าย	4.82	0.39	มากที่สุด
3.โครงสร้างสามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4.87	0.40	มากที่สุด
4.โครงสร้างมีความแข็งแรงในการรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้เป็นอย่างดี	4.80	0.46	มากที่สุด
5. การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับสินค้าที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน	4.69	0.60	มากที่สุด
6.บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี	4.78	0.42	มากที่สุด
7.ความครบถ้วนของข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สามารถแจ้งรายละเอียดให้แก่ผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี	4.71	0.51	มากที่สุด
8.ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนได้ง่าย	4.82	0.39	มากที่สุด
9.ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย	4.62	0.58	มากที่สุด
10.ทำจากวัสดุที่ไม่ทำลายธรรมชาติ	4.76	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.75	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.74	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผลความพึงพอใจต่อตราสัญลักษณ์ ป้ายผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าตะกร้าหวายเทียมบ้านหลุมข้าวโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจต่อตราสัญลักษณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ที่ค่าส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 0.49 ความพึงพอใจต่อป้ายผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ที่ค่าส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 0.47 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ที่ค่าส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 0.48

3. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาตลาดลายผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมและบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านหลุมข้าว มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว ตำบลหลุมข้าว อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี 2) เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว และ 3) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบลายตะกร้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบป้ายสินค้าและการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว

ผลงานวิจัยพบว่า 1) จากการสำรวจปัญหา พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นการผลิตตะกร้าจากกลุ่มคนในชุมชนเพียง 3-4 คน เท่านั้น ต้องการกำลังคนในการผลิตเพิ่มขึ้นและต้องการพัฒนารูปแบบตลาดลายตะกร้าให้หลากหลาย ต้องการการผลิตอย่างมีความประณีตมากขึ้น มีการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตตะกร้าหวายเทียม ซึ่งจะทำให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิมและต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ ป้ายสินค้า และบรรจุภัณฑ์ไว้สำหรับตะกร้าเพื่อสร้างเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของชุมชนและเป็นการป้องกันความสูญเสียของตะกร้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นวัสดุกล่องถูกฟูกที่มีความหนาและทนทาน 2) การประเมินความพึงพอใจในการออกแบบลายตะกร้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ ป้ายสินค้า และบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ

4. อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาตลาดลายผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายเทียมและบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านหลุมข้าวมีดังนี้

1) การสำรวจปัญหาและความต้องการในการเพิ่มมูลค่าให้กับตะกร้าหวายเทียมของชุมชนบ้านหลุมข้าว ยังไม่มีความประณีต ด้านในตะกร้าเป็นเพียงไม้กระดานแผ่นรองกันตะกร้า และด้านกันตะกร้าด้านนอกก็ยังมีตะปูที่อาจทำให้ลูกค้าเกิดอุบัติเหตุจากการใช้งานตะกร้าได้ จากงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการจัดทำตะกร้าอย่างประณีตด้วยการบุผ้าและรองด้วยฟองน้ำ และการทำการถ่ายทอดการสานแบบลายสอง ย้อม และปิดตีที่กันตะกร้าด้านนอก จากการถ่ายทอดความรู้เหล่านี้ให้คนในชุมชนได้เผยแพร่กันและทำให้รายได้เพิ่มขึ้น

2) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการทำตะกร้าให้ประณีต ด้วยการจักสานไม้ไผ่เป็นลายสองและย้อมสี และนำมาปิดที่กันตะกร้าด้านนอก ส่วนทางด้านในตะกร้าใช้วิธีการบุผ้าและรองด้วยฟองน้ำเพื่อให้รองรับที่กันตะกร้าภายในให้สวยงามยิ่งขึ้น ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ครั้งนี้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น การดำเนินงานอย่างสร้างสรรค์ในการสร้างตลาดลายตะกร้าของชุมชนบ้านหลุมข้าว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิวิมล จุลศิลป์ (2551) ในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนประกอบด้วยการมีส่วนร่วมในการปรับแนวคิด การมีส่วนร่วมในการสร้างจิตอาสา การมีส่วนร่วมในการสำรวจภูมิปัญญา การมีส่วนร่วมในการหาแนวทางวางแผนงาน การมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในการมุ่งมั่นติดตามประเมินผล การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์

3) การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบลายตะกร้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ ป้ายสินค้า และบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยทุกด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุด ในการออกแบบลายตะกร้าเป็นการพัฒนามาจากลายผ้า ซึ่งเดิมทางชุมชนบ้านหลุมข้าวมีผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ตราสัญลักษณ์เป็นสื่อทางชุมชนมีส่วนร่วม ในการออกแบบค้นหาเอกลักษณ์

ของผู้ผลิตที่โดดเด่น ชัดเจน เหมาะสมและจดจำง่าย ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกับ ปันณณ์ช ธนัทพรชรรัตน์ และ ฉันทนา สุรัสวดี (2558) ส่วนการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ มีอัตลักษณ์โดดเด่นใช้สีและภาพที่เด่นชัดสวยงาม (วรรณนา กัลยาสาย และคณะ, 2552) และการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นการสร้างสรรค์ที่เน้นลดขยะที่ติดดู ภาพแสดงถึงเอกลักษณ์ของตะกร้าหวายเทียมชุมชนบ้านหลุมข้าว ส่วนขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ทุกกระบวนการกลุ่มชุมชนบ้านหลุมข้าวและผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการออกแบบทั้งรายละเอียดที่ใส่บนตราสัญลักษณ์ ป้ายผลิตภัณฑ์ ที่มีชื่อผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบที่เหมาะสมและมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับข้อเสนอของชอบ เข้มกลัด และโกวิท พวงงาม (2547) ว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นศึกษาชุมชน การวิเคราะห์ปัญหาศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหา วางแผนและดำเนินการ เพื่อแก้ไขปัญหา ย่อมทำให้สมาชิกในชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน กระบวนการทำงานทุกขั้นตอนที่ชุมชนได้มีส่วนร่วมนั้นจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเข้มแข็ง ตรงกับทัศนะของ อุไรวรรณ ทองแกมแก้ว และชูศักดิ์ ทองแกมแก้ว (2552)

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ควรเพิ่มลายให้มากขึ้นและเพิ่มลดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลพบุรี เช่น พระปรางค์สามยอด

5.2 ข้อเสนอการทํารวบรวมข้อมูล

5.2.1 สามารถวิจัยการสร้างรายได้จากการจำหน่ายโดยใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่

5.2.2 การจัดทำฐานข้อมูลลายตะกร้าพร้อมวิธีการสานลายด้วยกระบวนการใช้สื่อวีดิทัศน์นำเสนอ

6. เอกสารอ้างอิง

ชอบ เข้มกลัดและโกวิท พวงงาม. (2547). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเชิงประยุกต์*. สมาธรรม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. สุวีริยาสาส์น.

ปันณณ์ช ธนัทพรชรรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนบ้านคลองเคื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 7(3), 76 – 89.

วรรณนา กัลยาสาย และคณะ. (2552). โครงการแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายขนมของกลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคำแสนราชเหนือ ตำบลแสนสุข อำเภอลำลูกเกด จังหวัดอุบลราชธานี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ศศิวิมล จุลศิลป์ (2551). *การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: การประยุกต์ใช้กระบวนการเอไอซี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุไรวรรณ ทองแกมแก้ว และชูศักดิ์ ทองแกมแก้ว. (2552). *รายงานการวิจัยแบบมีส่วนร่วมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากพืชในท้องถิ่นเพื่อแปรรูปเป็นอาหาร เครื่องสำอาง น้ำยาทำความสะอาดและกิจกรรมนันทนาการ*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.