



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าสู่พาณิชย์
ชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิริวัน จังหวัดนครนายก
COMMUNITY PRODUCT DEVELOPMENT FROM BAMBOO WICKERWORK
PRODUCTS DECORATED WITH LOINCLOTH FOR BUSINESS, THAI VIENG
KIRIWAN CULTURE COMMUNITY, NAKHON NAYOK PROVINCE

โสธรรมา เครือเมฆ¹, ชุตินา สังคะหะ²

Soracha Kruamek¹, Chutima Sangkhaha²

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร¹⁻²

Phranakhon Rajabhat University¹⁻²

E-mail : soracha1723@gmail.com

ได้รับบทความ: 24 ตุลาคม 2564; แก้ไขบทความ: 2 พฤศจิกายน 2564; ตอรับตีพิมพ์: 13 ธันวาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิริวัน จังหวัดนครนายก 2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า และ 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า รูปแบบการวิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นกรรมการศูนย์วัฒนธรรมชุมชนไทยเวียง คิริวัน และผู้ที่ทำอาชีพผลิตหรือจำหน่ายเครื่องจักสานไม้ไผ่ หรืออาชีพทอผ้าขาวม้า จำนวน 6 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 349 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ ANOVA ผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทย เวียงคิริวัน ได้ถูกออกแบบและพัฒนาจากความเชื่อของชาวไทยเวียง วัสดุหลัก คือ ไม้ไผ่ หรือเส้นตอก ตกแต่งด้วยผ้าขาวม้า ใช้วิธีจักสานลวดลายแบบขัด จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พวงกุญแจ ที่ใส่แก้วน้ำเก็บความเย็น กระเป๋าถือ กระเป๋าใส่เอกสาร และโคมไฟ ทั้งนี้ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ใส่แก้วน้ำเก็บความเย็น และโคมไฟ มีคะแนนความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.34) รองลงมา คือ กระเป๋าถือ พวงกุญแจ กระเป๋าใส่เอกสาร ($\bar{X}$ = 4.20, 4.19, 4.01 ตามลำดับ) และพบว่า ทุกผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในด้านการออกแบบ ด้านราคา และ ด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และเมื่อทำการ



เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ นัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: เครื่องจักสาน, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, ผ้าขาวม้า

Abstract

This research aimed to 1) design and develop bamboo wickerwork products decorated with loincloth of Thai Vieng Kiriwan culture community, Nakorn Nayok, 2) study the opinions of consumers towards bamboo wickerwork products decorated with loincloth, and 3) compare the opinions of consumers towards bamboo wickerwork products decorated with loincloth. This research utilized mixed methods of quantitative and qualitative methods. The key informants were 6 committees in the cultural center of Thai Vieng Kiriwan and craftsmen who still make, sell bamboo wickerwork products, or weave loincloth. The sample was 349 consumers. The instruments for collecting data were the interview form and the questionnaire. The statistics used and results presented in this research were percentage, mean, standard deviation, *t*-test, and ANOVA. The results were found that the bamboo wickerwork products decorated with loincloth of Thai Vieng Kiriwan culture community, Nakorn Nayok have designed and developed from Thai Viengs' belief. The main material is bamboo aka Sen-Tok which are decorated with loincloth. There were 5 products which were keychain, cold cup holder, handbag, briefcase, and lamp. The consumers' opinions towards all products were at the high agreement level. The cold cup holder and the lamp had the highest score ($\bar{X} = 4.34$) and were followed by the handbag, the keychain and the briefcase ($\bar{X} = 4.20, 4.19, 4.01$, Consecutively). Also, it was found that the consumers' opinions towards all products on design, price, and function were at high agreement level. In comparison, it was found that there were statistically significant differences of the consumers' opinions among genders, ages and incomes at .05.

Keywords: Wickerwork, Community Product, Loincloth



บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ได้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปณิธานทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจากแผนพัฒนา ฉบับที่ 9-11 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน โดยสิ่งสำคัญที่แผนพัฒนา ได้กล่าวถึงอีกประการหนึ่ง คือ การมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงพื้นที่และเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมืองต่างๆ ให้สูงขึ้น ภายใต้การใช้มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะการใช้ที่ดิน การจัดระเบียบผังเมืองและความปลอดภัยตามเกณฑ์เมืองน่าอยู่ที่เหมาะสมเพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และสังคมให้ทั่วถึงและเป็นการสร้างฐานเศรษฐกิจและรายได้จากพื้นที่เศรษฐกิจใหม่มากขึ้น เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็งแข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมในการสร้างมูลค่าและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสินค้าและบริการ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ของชุมชนจึงเป็นกระบวนการอีกส่วนของแผนพัฒนาฯ ที่เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน ด้วยการช่วยให้ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมในรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นการสร้างคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น มีความน่าสนใจของผู้ซื้อ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559: 19-21)

จากแนวคิดการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลได้นำมาสู่แนวคิดการขยายธุรกิจชุมชนด้วยผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาต่อยอดสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีมูลค่าที่เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) หรือการพัฒนาที่เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Product Development) ที่มีอยู่เดิมนั้น เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งการพัฒนานี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ที่สำคัญสามารถสนองความต้องการเดิมหรือใหม่ของผู้ซื้อได้ (สุจินดา เจริญศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี, 2560: 68) ซึ่งปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้มีจำนวนมาก เช่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ในอำเภอพนสนิม ชลบุรี ที่ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพโดยให้ชาวบ้านผลิตหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่ที่มีความประณีตและทันสมัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้หัตถกรรมในอำเภอพนสนิมนั้นยังคงอยู่ หรือในการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนตำบลดงมะเดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงรายโดยการนำรูปแบบเครื่องจัก



สานดั้งเดิมที่ชุมชนทำขึ้นในเวลาว่างจากการทำไร่ นา เช่น ตะกร้า (ข้าวหวด) ข้อง กระบุง เป็นต้น แล้วนำมาหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความต้องการของตลาด คัดเลือกผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ตะกร้า (ข้าวหวด) นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ได้หลากหลายแต่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิม คือ ตะกร้าใส่ผักและผลไม้ ไม้ไผ่ ฝาชี พัฒนาโดยจักสานต่อกให้มีความสม่ำเสมอ เส้นเรียบไม่มีขุยและผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความคงทนมีอายุการใช้งาน ไม่เกิดเชื้อราและไม่มีตัวมอด เป็นต้น (จิราพร มะโนวัง, วาสนา เสภา และ ธงชัย ลาหุณะ, 2560: 926)

สำหรับชุมชนไทยเวียงศรีวัน เป็นชุมชนชาวลาวเวียงจันทน์ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดนครนายกโดยมีอาชีพดั้งเดิมคือทำการเกษตรและมีอาชีพเสริม คือ การทอผ้าขาวม้า การจักสาน โดยทางจังหวัดนครนายกมีเป้าหมายจะจัดตั้งเป็น ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในส่วนที่บ้านศรีวัน หมู่ที่ 1 ตำบลศรีนาวา อำเภอเมืองนครนายก วัดศรีวัน เดิมวัดศรีวันชื่อ “วัดสว่างอารมณ์” แต่เมื่อวัดนี้ย้ายไปอยู่ที่ภูเขแห่งใหม่ จึงตั้งชื่อวัดใหม่ว่า วัดศรีวัน เพื่อเป็นสิริมงคล จุดที่น่าสนใจเกี่ยวกับวัดแห่งนี้ ได้แก่ องค์พระแก้วมรกตองค์จำลอง (วัดศรีวัน) ประดิษฐานอยู่ในพระวิหารบนยอดเขา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงศรีวัน ที่ได้มีการรวมตัวกัน ประกอบอาชีพในการผลิตเครื่องจักสานและผ้าขาวม้าของชุมชน ซึ่งยังเป็นกลุ่มอาชีพเล็กๆ ที่มีความต้องการพัฒนาให้สามารถเป็นอาชีพได้อย่างยั่งยืน เป็นการรวมตัวกันของชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ใน 3 หมู่บ้านได้แก่ หมู่ที่ 1 ตำบลศรีนาวา มีอาชีพทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ หมู่ 8 ตำบลหินตั้ง มีอาชีพทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ และหมู่ 7 ตำบลหินตั้งมีอาชีพทอผ้าขาวม้าและแปรรูปเป็นของใช้ การรวมตัวกันของ 3 หมู่บ้านที่มีจุดศูนย์รวมอยู่ที่วัดศรีวัน โดยมีเจ้าอาวาส พระครูกิจอุดม เป็นผู้จัดตั้งและสานต่อวัฒนธรรมของชุมชน และจากแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงนำมาสู่การศึกษาในครั้งนี้โดยการนำภูมิปัญญาในชุมชนทั้งด้านการจักสานและผ้าขาวม้าที่มีอยู่ในชุมชน นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้วิจัยมีความคาดหวังว่าชุมชนจะได้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และสามารถเกิดเป็นอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงศรีวัน จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงศรีวัน จังหวัดนครนายก
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงศรีวัน จังหวัดนครนายก



วิธีดำเนินการวิจัย

1) ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมา แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมการใช้เครื่องจักสาน และผ้าขาวม้าของชาวไทยเวียงศรีรีวัน

2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับกับงานจักสานไม้ไผ่ และผ้าขาวม้า โดยทำการคัดเลือกจากประชากร ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวัฒนธรรมไทยเวียงศรีรีวัน ใน 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 ตำบลศรีนาวา หมู่ 7 และหมู่ 8 ตำบลหินตั้ง จากนั้นทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนไทยเวียงศรีรีวันในด้าน วัฒนธรรมและภูมิปัญญา หรือเป็นผู้ที่ยังคงทำอาชีพผลิตหรือจำหน่ายเครื่องจักสานไม้ไผ่ และอาชีพ ทอผ้าและแปรรูปผ้าขาวม้าจนถึงปัจจุบัน และยินดีให้ข้อมูล ได้จำนวนทั้งสิ้น 6 ท่าน ทำการสัมภาษณ์ แบบรายบุคคลและรายกลุ่ม เพื่อทราบข้อมูลการผลิตงานหัตถกรรมจักสานและผ้าขาวม้า ได้แก่ รูปแบบ ลวดลาย กระบวนการผลิตงานจักสาน การทอและใช้ผ้าขาวม้าของคนในชุมชน ที่สัมพันธ์กับ ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี

3) ตรวจสอบข้อมูลร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ประเภท รูปแบบ และ ลวดลายงานจักสานที่ชุมชนผลิตขึ้นไว้ใช้ และจำหน่ายในชุมชน และความเหมาะสมของรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยนำเสนอ ที่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของชาวไทยเวียงศรีรีวันอย่างเด่นชัดและสวยงาม

4) พัฒนาเครื่องมือในการทำวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามให้ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้วยการหาค่าดัชนีความ สอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC : Index of item objective congruence) พบว่า ค่าดัชนีความ สอดคล้องทั้งฉบับ มีค่า 0.93 และทุกรายการข้อคำถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67- 1.00 และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไป ทดลองใช้กับนักศึกษาและประชาชนทั่วไป ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 34 คน นำมาวิเคราะห์โดยใช้ คอมพิวเตอร์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความ เชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.976

5) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า จาก แนวคิด ความเชื่อ รูปแบบ และลวดลายงานจักสานของชุมชนไทยเวียงศรีรีวัน ได้จำนวนทั้งสิ้น 5 ผลิตภัณฑ์

6) สอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า ของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงศรีรีวัน จังหวัดนครนายก กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภค หรือประชาชน ทั่วไป ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยทำการคัดเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) และเนื่องจากไม่ ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดย



กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2549: 74) ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน

7) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แต่เนื่องจากสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนาจึงทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบ จึงส่งแบบสอบถามแบบออนไลน์เพิ่มเติมได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 349 คน คิดเป็นร้อยละ 90.88 ของจำนวนขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้ 384 คน

8) วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) โดยนำมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฯ โดยใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิรีวัน จังหวัดนครนายก

1.1 ผลศึกษาแนวคิด ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับงานหัตถกรรมจักสาน รูปแบบ ลวดลายและกระบวนการผลิตงานจักสาน พบว่า ชุมชนไทยเวียงคิรีวัน เป็นชุมชนที่มีการทำงานจักสานอันเนื่องมาจากมีทรัพยากร คือ ป่าไผ่ ที่ขึ้นอยู่ในชุมชน ชาวบ้านจึงนำไผ่มาใช้ประโยชน์ โดยเริ่มจากการผลิตงานเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ต่อมาจึงมีการผลิตเป็นอาชีพ โดยพบการจำหน่ายสินค้าจักสานจากไผ่ไผ่นี้อยู่ที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณวัดคิรีวัน และร้านที่ตั้งตามถนนข้างทางบ้างอีกเล็กน้อย ทั้งนี้ชาวไทยเวียงมักจะพกซอง หรือไซ ขนาดเล็กไว้กับตัว โดยมีความเชื่อว่าซองและไซนี้เป็นเครื่องรางนำโชค ให้เงินทองไหลมาเทมา นำมาซึ่งความอุดมสมบูรณ์ ในส่วนของการทำผ้าขาวม้า พบว่า มีการทอสีทอติดกันมาตามวิถีของชาวลาวเชื้อสายพวน แต่ปัจจุบันเหลือเพียงไม่กี่ครัวเรือนที่ทำอยู่ สำหรับรูปแบบ และลวดลายงานหัตถกรรมจักสาน พบว่า ประเภทของงานจักสานที่พบ ได้แก่ พัด กระดาษ ตะกร้า ซะลอม ซอง ไซ ลวดลายของงานจักสานส่วนใหญ่เป็นลายพื้นฐาน ได้แก่ ลายขีด (ลายหนึ่ง ลายสอง ลายสาม) ลายทแยง ลายขีด (ไขว้บิด) และลายเกลว

1.2 ผลการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิรีวัน จังหวัดนครนายก ซึ่งทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) จากข้อมูลที่ได้จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พวงกุญแจ ที่ใส่แก้วน้ำเก็บความเย็น กระเป๋าถือ กระเป๋าใส่เอกสาร และโคมไฟ ดังนี้



ตารางที่ 1 ผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า

แนวคิด	ภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจ การนำความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องจักสานประเภทซอหรือไซ ว่าเป็นเครื่องรางนำโชค ให้เงินทองไหลมาเทมา โดยออกแบบให้มีขนาดเล็ก ทำเป็นพวงกุญแจ ตกแต่งด้วยผ้าขาวม้าเป็นพวงดอกไม้ห้อยอยู่ตรงปลาย	
แนวคิด	ภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วน้ำเก็บความเย็น การนำวิธีการจักสานลวดลายแบบขัด ลายดวงรัตน์ มาสานขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เข้ากับยุคสมัยซึ่งกำลังเป็นที่นิยม นั่นคือ ที่ใส่แก้วน้ำเก็บความเย็น โดยนำมาตกแต่งด้วยผ้าขาวม้าเล็กน้อยเพื่อสร้างสีสันให้กับผลิตภัณฑ์	
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือ การนำวิธีการจักสานลวดลายแบบขัด โดยนำมาผสมผสานกับการตัดเย็บร่วมกับผ้าขาวม้า และหนังเทียม ขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าและการใช้งานให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีรูปแบบและรูปทรงที่ทันสมัย	
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่เอกสาร การนำวิธีการจักสานลวดลายแบบขัด โดยนำมาสานเป็นแผ่นขึ้นรูปเป็นทรงกระเป๋า โดยตัดเย็บและตกแต่งด้วยผ้าขาวม้า มุ่งเน้นการใช้งานสำนักงาน เพื่อเป็นกระเป๋าถือขนาดสำหรับใส่เอกสาร	
ผลิตภัณฑ์โคมไฟ การนำวิธีการจักสานลวดลายแบบขัด สานเป็นแผ่น จากนั้นนำมาตกแต่งเป็นโคมไฟ โดยใช้ฐานของโคมไฟที่อาจสร้างหรือพัฒนาขึ้นเอง หรืออาจใช้ฐานของโคมไฟที่มีอยู่แล้ว นำมาประกอบให้สวยงาม เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์	



2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่ง ผ้าขาวม้าของชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิริวัน จังหวัดนครนายก

การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่ง
ผ้าขาวม้า ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ ได้ทำการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และความคิดเห็นด้านต่างๆ
ประกอบด้วย ด้านการออกแบบ ด้านราคา และด้านประโยชน์ใช้สอย มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2: ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

	ข้อมูลทั่วไป (n=349)	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	83	23.8
	หญิง	266	76.2
อายุ	ต่ำกว่า 22 ปี	57	16.3
	22-29 ปี	60	17.2
	30-39 ปี	56	16.0
	40-49 ปี	122	35.0
	50-59 ปี	40	11.5
	60 ปีขึ้นไป	14	4.0
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี/กำลังศึกษาปริญญาตรี	51	14.6
	ปริญญาตรี	189	54.2
	สูงกว่าปริญญาตรี	109	31.2
อาชีพ	แม่บ้าน/เกษียณอายุ	16	4.6
	เกษตรกร	2	0.6
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	129	37.0
	พนักงานเอกชน	72	20.6
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	61	17.5
	รับจ้าง	23	6.6
	นักเรียน/นักศึกษา	46	13.2
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน	110	31.5
	15,000 – 30,000 บาท/เดือน	76	21.8
	30,001 – 45,000 บาท/เดือน	104	29.8
	มากกว่า 45,000 บาท ขึ้นไป	59	16.9

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ
76.2 มากกว่าหนึ่งในสามเล็กน้อย มีอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับ
ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 การประกอบอาชีพ พบว่า เกือบสองในห้า
เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาหนึ่งใน



ห้าเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และเกือบหนึ่งในสามของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตารางที่ 3: ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) ๓

ผลิตภัณฑ์	การประเมิน							
	การออกแบบ		ราคา		ประโยชน์ใช้สอย		รวมทุกด้าน	
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD
พวงกุญแจ	4.30	0.67	4.24	0.73	4.02	0.84	4.19	0.75
ที่ใส่แก้ว	4.42	0.65	4.25	0.72	4.35	0.69	4.34	0.69
กระเป๋าถือ	4.29	0.73	4.09	0.82	4.23	0.75	4.20	0.78
กระเป๋าเอกสาร	4.05	0.83	3.87	0.89	4.12	0.79	4.01	0.84
คอมไฟ	4.43	0.67	4.23	0.78	4.37	0.71	4.34	0.72

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพรวม ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นทุกผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ ที่ใส่แก้วเก็บความเย็นและคอมไฟ ($\bar{x}$ = 4.34 เท่ากัน) รองลงมา คือ กระเป๋าถือ พวงกุญแจ และกระเป๋าเอกสาร ($\bar{x}$ = 4.20, 4.19, 4.01 ตามลำดับ) โดยด้านการออกแบบ ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คอมไฟ ใส่แก้วเก็บความเย็น พวงกุญแจ กระเป๋าถือ และกระเป๋าเอกสาร ($\bar{x}$ = 4.43, 4.42, 4.30, 4.29, 4.05 ตามลำดับ) ด้านราคา ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ใส่แก้วเก็บความเย็น พวงกุญแจ คอมไฟ กระเป๋าถือ และกระเป๋าเอกสาร ($\bar{x}$ = 4.25, 4.24, 4.23, 4.09, 3.87 ตามลำดับ) และด้านประโยชน์ใช้สอย ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คอมไฟ ที่ใส่แก้วเก็บความเย็น กระเป๋าถือ กระเป๋าเอกสาร และพวงกุญแจ ($\bar{x}$ = 4.37, 4.35, 4.23, 4.12, 4.02 ตามลำดับ)

3. ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้า

ในการศึกษาเปรียบเทียบนี้จะทำการวิเคราะห์ตามลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์ ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4: การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) ๓ ของผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน

ผลิตภัณฑ์	ชาย		หญิง		t	p
	(n=83)		(n=266)			
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
คอมไฟ	4.16	0.74	4.41	0.64	-2.939	.004



$p < .05$

จากตาราง 4 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้บริโภคเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟดีกว่าผู้บริโภคเพศชาย ส่วนผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าอื่นๆ พบว่า ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5: การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) ของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน

ผลิตภัณฑ์	Sources	Df	SS	MS	F	p
ที่ใส่แก้วเก็บความเย็น	ระหว่างกลุ่ม	5	578.65	115.73	3.072	.010
	ภายในกลุ่ม	343	12920.44	37.67		
	รวม	348	13499.09			
กระเป๋าลือ	ระหว่างกลุ่ม	5	774.38	154.88	3.322	.006
	ภายในกลุ่ม	343	15992.56	46.63		
	รวม	348	16766.95			
กระเป๋าสาร	ระหว่างกลุ่ม	5	1559.85	311.97	5.592	.000
	ภายในกลุ่ม	343	19134.98	55.79		
	รวม	348	20694.84			
โคมไฟ	ระหว่างกลุ่ม	5	516.99	103.39	2.324	.043
	ภายในกลุ่ม	343	15258.23	44.49		
	รวม	348	15775.22			

$p < .05$

จากตาราง 5 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วเก็บความเย็น กระเป๋าลือ และกระเป๋าสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างโดยใช้วิธีการของ Sheffe' ในแต่ละผลิตภัณฑ์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 6: การทดสอบความแตกต่าง ของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน

ผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	ช่วงอายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
ที่ใส่แก้ว	4.60	20-29 ปี				*		
กระเป๋าลือ	4.50	20-29 ปี				*		*
กระเป๋าสาร	4.40	20-29 ปี				*	*	*
โคมไฟ	4.34	20-29 ปี					*	



จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า มีความแตกต่างทั้ง 4 ผลลัพธ์ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี มีความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ที่ใส่แก้วเก็บความเย็น กระเป๋ากี้อ และกระเป๋าเอกสาร ดีกว่าผู้บริโภคอายุ 40-49 ปี มีความคิดเห็นต่อผลลัพธ์กระเป๋าเอกสาร และ โคมไฟ ดีกว่าผู้บริโภคอายุ 50-59 ปี และมีความคิดเห็นต่อผลลัพธ์กระเป๋ากี้อ และกระเป๋าเอกสาร ดีกว่าผู้บริโภคอายุ 60 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 7: การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อผลลัพธ์ (ต้นแบบ)๑ ของผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน

ผลลัพธ์	Sources	Df	SS	MS	F	p
กระเป๋ากี้อ	ระหว่างกลุ่ม	3	5.519	1.840	3.914	.019
	ภายในกลุ่ม	345	162.150	.470		
	รวม	348	167.669			
กระเป๋าเอกสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	6.538	2.179	3.752	.011
	ภายในกลุ่ม	345	200.410	.581		
	รวม	348	206.948			
โคมไฟ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.012	1.337	3.001	.031
	ภายในกลุ่ม	345	153.740	.446		
	รวม	348	157.752			

p < .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อผลลัพธ์กระเป๋ากี้อ กระเป๋าเอกสาร และโคมไฟ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างโดยใช้วิธีการของ Sheffe' ในแต่ละผลลัพธ์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 8: การทดสอบความแตกต่าง ของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน

ผลลัพธ์	$\bar{x}$	รายได้/เดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,000 บาท ขึ้นไป
กระเป๋ากี้อ	4.32	น้อยกว่า 15,000 บาท				*
	4.32	15,000 – 30,000 บาท				*
กระเป๋าเอกสาร	4.17	น้อยกว่า 15,000 บาท				*

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า มีความแตกต่าง 2 ผลลัพธ์ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 15,000 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อผลลัพธ์กระเป๋ากี้อ ดีกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป และ



ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเอกสาร ดีกว่า
ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไปด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

1. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าสู่พาณิชย์ของ
ชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิรีวัน จังหวัดนครนายก ได้แก่ พวงกุญแจ ที่ใส่แก้วน้ำเก็บความเย็น กระเป่า
ถือ กระเป่าใส่เอกสาร และโคมไฟ ใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัสดุหลัก คือ ไม้ไผ่ หรือเส้น
ตอก และตกแต่งด้วยผ้าขาวม้า ผสมผสานแนวคิดความเชื่อ ใช้วิธีการจักสานลวดลายแบบขัดเป็นหลัก
โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีจุดมุ่งหมายของการใช้เป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก และใช้งานได้
จริงที่สอดคล้องกับความนิยมในการใช้งานในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการซื้อของ
ผู้บริโภค ที่ควรมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีการใช้วัสดุที่เหมาะสม มีรูปแบบลวดลายที่สวยงาม
สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรม (พร
พิมล ศักดา และ บวร เครือรัตน์, 2561: 50) และสอดคล้องกับผลการศึกษาความต้องการในการ
พัฒนาของที่ระลึก ที่พบว่า ควรมีราคาถูก ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการหรือลักษณะการใช้งาน
ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทั้งนี้จากผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ในด้าน
การออกแบบ ด้านราคา และด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับ
มาก ทั้งนี้เนื่องจากในทุกผลิตภัณฑ์ จะมีการออกแบบที่นำเอาเอกลักษณ์และความโดดเด่นของ
ลวดลายในงานจักสาน และการตกแต่งด้วยผ้าขาวม้ามาผสมผสานกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่กำลัง
เป็นที่นิยมในการใช้งานในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ต้นแบบที่
พัฒนาขึ้น (สรวพร กุศลสง และ รสรินทร์ ขุนแก้ว, 2554: 41) ทั้งนี้การยกระดับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า
พื้นบ้านจะต้องมีความเข้าใจธรรมชาติและวิถีของชุมชนในการผลิตสินค้าหรือสร้างสรรค์ผลงาน
และทำความเข้าใจกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปด้วย ลักษณะของผลิตภัณฑ์จึงควรมีการ
ผสมผสานภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้นๆ ประกอบกับต้องมีความสอดคล้องกับบริบททางสังคมในปัจจุบัน
ผลงานการออกแบบจึงมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย แสดงถึงความหลากหลายและสอดคล้องกัน
กับบริบทภายนอกชุมชนและบริบทภายในชุมชน (กัมพล แสงเอี่ยม, 2562: 1)

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าของ
ชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิรีวัน จังหวัดนครนายก พบว่า ภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยใน
ระดับมากกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นในทุกผลิตภัณฑ์ และพบว่า ทั้งด้านการออกแบบ ด้าน
ราคา และด้านประโยชน์ใช้สอยนั้นผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะ
ทุกผลิตภัณฑ์นั้นมีจุดมุ่งหมายของการออกแบบเป็นของใช้ ของที่ระลึก ที่สะท้อนถึงชุมชน มีความสวยงาม
ตั้งราคาขายที่เหมาะสม สอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึกเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



ทางการตลาด พบว่า จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ประกอบด้วย รูปแบบสินค้าที่สวยงาม คุณภาพดี ราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพ และโอกาสในการพัฒนาสินค้า คือ รูปแบบสินค้าควรมีความทันสมัย และมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี (จิง บุญประชา, 2553: 41-42)

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่แตกต่างผ้าขาวม้า จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ไหมไฟดีกว่าผู้บริโภคเพศชาย ทั้งนี้เป็นเพราะไหมไฟ เป็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตกแต่งบ้าน ซึ่งผู้หญิงมักจะเป็นผู้ที่ดูแล จัดจ่ายในเรื่องนี้ ดังที่ผลการศึกษาของ ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการผู้บริโภคและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่นั้นส่วนใหญ่จะซื้อไว้ใช้เอง โดยผู้ใช้สินค้า และตัดสินใจซื้อ คือ แม่ (ธัญมัย เจริญกุล, 2555: 43) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุที่มีอายุ 20-29 ปี มีความคิดเห็นที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วเก็บความเย็น กระเป๋าถือ และกระเป๋าเอกสาร ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ออกแบบมาสนองการใช้งานของบุคคลในช่วงวัยทำงานซึ่งมีแนวโน้มของการใช้งานในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ดังผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 28 ปีขึ้นไป ที่เข้าชมงานแสดงสินค้าเมืองทองธานี พบว่า จุดประสงค์หลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ คือ เพื่อนำกลับไปใช้เอง โดยมองคุณค่าของเครื่องจักสานที่ลวดลายความงาม รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด (สุธาสินี บุรีคำพันธุ์ และ กมลรัตน์ อุตตปัญญา, 2562: 101)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นเป็นหนึ่งในกระบวนการขับเคลื่อนนั้น ควรต้องมีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการกำกับดูแลจากทุกภาคส่วนทั้งในระดับบริหารของภาครัฐ ผู้นำชุมชน/กลุ่ม และที่สำคัญ คือ สมาชิกหรือคนในชุมชน ที่ต้องมีความต้องการอยากมีส่วนร่วมและมีความพร้อมในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นไปใช้สร้างอาชีพและรายได้ให้กับตนเอง โดยต้องมีการวางแผนและจัดการเกี่ยวกับการตลาดอย่างเหมาะสมเข้ากับยุคสมัย อันจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนของการดำเนินการต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 กลุ่มวัฒนธรรมไทยเวียงคิริวัน และชุมชนในพื้นที่ สามารถนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นไปผลิตเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก ที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการจัดตั้งเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน



2.2 โรงเรียน สถานศึกษา ศูนย์การอบรมและฝึกอาชีพต่างๆ ในการจัดการเรียนรู้ ฝึกอบรม และพัฒนาทักษะอาชีพการผลิตเครื่องจักสานที่สะท้อนวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และมีความทันสมัย เพื่อให้ผู้เรียนได้เห็นคุณค่า เกิดความภูมิใจ และนำไปใช้ต่อยอดในการสร้างอาชีพและรายได้

2.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน สามารถนำไปใช้ในการวางแผนนโยบาย และการดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนในหลากหลายมิติ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตในการสร้างอาชีพและรายได้ การใช้ประโยชน์ทรัพยากรในชุมชน การสืบสานและอนุรักษ์ เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือชุมชนให้ครอบคลุมในทุกด้าน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบพัฒนารูปทรง ลวดลาย และสีสันทนผลิตภัณฑ์งานจักสานไม้ไผ่ ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

3.2 ควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่โดยศึกษาเจาะลึกในแต่ละช่วงวัย ซึ่งอาจมีความต้องการในผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่แตกต่างกัน ทั้งประเภท รูปแบบ ตลอดจนราคา

3.3 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเครื่องจักสานไม้ไผ่เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชน ใช้ประโยชน์ในเชิงคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และเชิงเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กัมพล แสงเอี่ยม. (2562). จากติวเตอร์สอนศิลปะ สู่บทบาทอาจารย์หัตถอุตสาหกรรมผู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://tu.ac.th/thammasat-fineart-industrial-crafts-design-kamphon-saeng-iam>. [5 กรกฎาคม 2564].
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จง บุญประชา. (2553). แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึก. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- จิราพร มะโนวัง วาสนา เสภา และธงชัย ลาหุณะ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลดงมะดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย. รายงานการประชุม การประชุมวิชาการระดับชาติเนตรวิทย์ครั้งที่ 13 วันที่ 20-21 กรกฎาคม 2560 (หน้า 926-936). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธันยมัย เจียรกุล. (2555). “พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 3(1), 43-62.



- พรพิมล ศักดา และ บวร เครือรัตน์. 2561. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม”. *รายงานวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- สรวงพร กุศลส่ง และ รสรินทร์ ชุนแก้ว. (2554). “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขาม”. *รายงานวิจัย*. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่. (2560). “การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย: กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ”. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*. 10(4), 62-85.
- สุธาสินี บุรีคำพันธุ์ และ กมลรัตน์ อัดตปัญญา. (2562). “การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์”. *วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม*. 18(1), 100-108.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ สิบสอง พ.ศ.2560 – 2564*. [ออนไลน์].แหล่งที่มา: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422. [15 กรกฎาคม 2563].