

M 191526



123076

รายงานการวิจัย
เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
The Development of furniture from reed.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	
รับ	
วันลงทะเบียน.....	16 พ.ค. 2560
เลขทะเบียน.....	ดล. 249926
เลขเรียกหนังสือ.....	693.57 พ323ก

2558

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

๑.2

2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2558)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ได้รับ
ทุนอุดหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2558 นี้
สำเร็จลงได้เพราะความร่วมมือและช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่าง
สูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามที่
ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัย

ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือในการวิจัย คุณค่าและ
ประโยชน์ที่ได้รับจากรายงานการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งตอบแทนพระคุณบิดา
มารดา และคณาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนให้การศึกษา ค้นคว้า และจัดทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี



พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

2558

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หัวข้อวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ผู้ดำเนินการวิจัย พิชญ์นันท์ รักชาวงศ์
หน่วยงาน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ปี พ.ศ. 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เสื่อกก ในประเด็นรูปแบบ ลวดลายและเทคนิคการผลิต 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้ผลิต และแบบประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้บริโภค สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกในระดับมากที่สุด ในด้านสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือ ความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมและรูปลักษณะสวยงาม สร้างคุณค่าในจิตใจ ซึ่งความพึงพอใจโดยรวมคิดเป็นร้อยละ 90.74 ($\bar{X}=4.52$)

Research Title The Development of furniture from reed.
Researcher Pichanan Raksawong
Organization Faculty of Science and Technology
 Rajabhat MahaSarakham University
Year 2015

ABSTRACT

The aims of the study were to 1) to study and analyze issues, patterns reed products and manufacturing techniques. 2) to develop furniture from reed. 3) to study consumer satisfaction with products from reed furniture. The target group is a manufacturer of Peang's community, Kosumphisai district in Mahasarakham province. The tools used to analyze are the questionnaire of assessments reviews on products reed furniture from the manufacturer and the questionnaire of complacency of satisfaction about the furniture from reed of consumers. The data analyses are percentage, mean and standard deviation.

The results showed that respondents were satisfied with reed furniture products at the highest level. The section of facilitate its use, the difference from the original products and aesthetically and creating value in the mind which the mean was high level that accounted for 90.74 percent ($\bar{X}=4.52$)

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ผลิตภัณฑ์เสื้อกก	4
การออกแบบ	6
ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน	10
ทฤษฎีความพึงพอใจ	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
กรอบแนวคิดในการวิจัย	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	22
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
เครื่องมือในการวิจัย	23
การวิเคราะห์ข้อมูล	24
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	26
การศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เสื่อกก ใน.ประเด็น รูปแบบ ลวดลาย และ เทคนิคการผลิต	26
การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก	26
ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก	29
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	32
สรุปผลการวิจัย	32
อภิปรายผล	32
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	33
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	33
บรรณานุกรม	34
บรรณานุกรมภาษาไทย	34
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	36
ภาคผนวก	37
ภาคผนวก ก	38
ภาคผนวก ข	48
ประวัติผู้วิจัย	51

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ตารางแสดงสถานภาพทั่วไป.....	28
4.2 ตารางแสดงผลประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้ผลิต.....	29
4.3 ตารางแสดงสถานภาพทั่วไป.....	30
4.4 ตารางแสดงผลประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ของผู้บริโภค.....	31



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ลายเสื่อกกของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแพง.....	6
2.2 กรอบแนวความคิดงานวิจัย.....	21
4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูปแบบที่ 1.....	27
4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูปแบบที่ 2.....	27
4.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูปแบบที่ 3.....	27
ข-1 ภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก.....	49
ข-2 ภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก.....	49
ข-3 ภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก.....	50
ข-4 การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง.....	50



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปี 2558 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) โดยการเปิดเสรีทั้งด้านสินค้า บริการ เงินทุน การลงทุน และแรงงาน รวมถึงการที่ประเทศไทยและอาเซียนมีความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) กับประเทศหรือกลุ่มประเทศต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจและศักยภาพการแข่งขัน ทั้งภาคการผลิต การค้า การลงทุน และบริการ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่ง AEC อาจเป็นได้ทั้งโอกาสหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจที่จะต้องเร่งปรับตัวและเพิ่มศักยภาพของตนเอง เพื่อให้พร้อมรับและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือดังกล่าว เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ และบุคลากรควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ที่ไม่สามารถแข่งขันกับ ผู้ผลิตที่เป็นบุคคล ที่มีเงินทุนเทคโนโลยี และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ในการผลิตสินค้า หากกลุ่มผู้ผลิตชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริม ช่องทางการตลาดเสริมสร้างความรู้ความสามารถในการตลาด ก็จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตชุมชนไม่สามารถแข่งขัน ในตลาดได้ ก็ต้องยุบเลิกกลุ่มไปสมาชิกก็จะขาดรายได้นำไปสู่ความยากจน และในปี 2558 ประเทศไทยต้องเข้าสู่การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน(AEC) ซึ่งจำเป็นต้องมีการส่งเสริมช่องทางการตลาดเพื่อให้สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)สามารถแข่งขันสู่ตลาดโลก ต่อไป

กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดมหาสารคาม โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานสำคัญในการผลิต ก็มีการศึกษาภาคบังคับเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์บางอย่างคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน และไม่ตรงกับความต้องการของตลาด เมื่อผลิตออกมาแล้วจึงไม่สามารถจำหน่ายได้ ประกอบกับ กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ สมาชิกจะเป็นผู้ที่มีรายได้น้อย ทำให้บางกลุ่มต้องล้มเลิกกิจการไป ส่งผลให้สมาชิกยิ่งไม่มีรายได้ที่จะไปจุนเจือครอบครัว รายได้ไม่พอกับรายจ่าย ส่งผลให้เกิดปัญหา ความยากจนตามมา ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ จึงมีความต้องการที่จะได้รับความรู้ด้านการผลิต การตลาด และการพัฒนาทักษะในการผลิตให้มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของตลาด ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างให้กลุ่มผู้ผลิตมีความเข้มแข็ง และสมาชิกมีงานทำสามารถสร้างรายได้เพียงพอสำหรับใช้จ่ายในครัวเรือน จึงเป็นการช่วยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจะทำให้บรรลุนิยามทัศน์ของจังหวัดต่อไป ในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันทางการค้า ที่มีความเสรีมากขึ้นทำให้มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้ผลิต

เสื่อกกเป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่มีการทอใช้กันกว่า 100 ปีแล้ว ส่วนใหญ่ทอเสื่อเพื่อใช้สอยในครัวเรือนสำหรับแลกเปลี่ยนกับสิ่งของเครื่องใช้ภายในหมู่บ้านและใกล้เคียง การทอเสื่อกกในระยะแรกใช้สีธรรมชาติของต้นกก ไม่มีการย้อม ทอด้วยมือ ต่อมาการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการย้อมสี โดยการใช้ภูมิปัญญาในการย้อมสีให้เกิดลวดลาย เช่น ลายมัดหมี่ ลายถักเปีย ลายขีด ลายแหลม เป็นต้น พร้อมกับการแปรรูปเสื่อกกเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ที่รองแก้ว รองจาน เบาะรองนั่ง เสื่อนั่งสมาธิบุฟองน้ำ เสื่อนอนบุฟองน้ำ เสื่อม้วนเสื่อพับ เสื่อชายรุ่ม กระเป๋าถือ หมวก กล่องกระดาษทิชชู ม่านกันแดด หมอนอิง หมอนสามเหลี่ยม เป็นต้น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สวยงามและลวดลายที่แปลกตา น่าใช้

กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดมหาสารคามที่ผลิตผลิตภัณฑ์เสื่อกก ส่วนมากมีการเลียนแบบไม่ว่าจะเป็นในด้านของรูปแบบของผลิตภัณฑ์และลวดลายของเสื่อกก ทำให้เกิดสภาวะล้นตลาด ในตลาดระดับเดียวกันหรือในชุมชนใกล้เคียงกัน ซึ่งการตัดราคากันขึ้นทำให้ราคาสินค้าตกต่ำ อีกทั้งกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่มีการพัฒนาในด้านรูปแบบที่แปลกใหม่ที่ตรงกับความต้องการของตลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เสื่อกก ในประเด็น รูปแบบ ลวดลาย และเทคนิคการผลิต
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน ประเภท ชั้นวางของ และตู้ขนาดเล็กเท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดมหาสารคาม ประเภทเสื่อกก จำนวน 22 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1 กลุ่ม

3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ได้ศึกษาเนื้อหา ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เสื่อกก
2. การออกแบบ
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน
4. ทฤษฎีความพึงพอใจ

5. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษา คือ ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

6. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาการวิจัย ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2557 ถึงเดือน กันยายน 2558

นิยามศัพท์เฉพาะ

เครื่องเรือน คือ สิ่งที่มีมนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายสำหรับกิจกรรมต่างๆ ภายในบ้าน ที่ทำงาน หรือที่สาธารณะ โดยประกอบด้วยวัสดุหลายชนิดแตกต่างกัน เช่น ไม้ โลหะ พลาสติก ฯลฯ ในที่นี้หมายถึง เครื่องเรือนประเภท ชั้นวางของ และตู้ขนาดเล็ก

เสื่อกก คือ ผืนแผ่นที่ได้จากนำเอาต้นกกมาแปรสภาพให้เป็นเส้น ย้อมสี แล้วสานทอด้วยลวดลายต่าง ๆ ให้เป็นแผ่นผืน เพื่อนำมาใช้ปูลาดรองนั่งหรือนอน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์เสื่อกก ในประเด็น รูปแบบ ลวดลาย และเทคนิคการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
2. ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
3. ได้ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสือกก ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เสือกก
2. การออกแบบ
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน
4. ทฤษฎีความพึงพอใจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์เสือกก

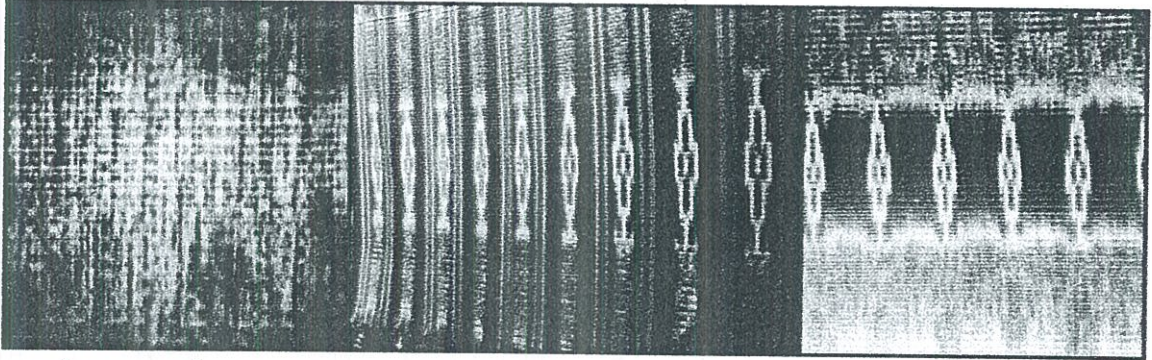
กกเป็นพืชอยู่ในวงศ์ Cyperaceae ซึ่งส่วนมากมักจะเป็นวัชพืชที่ชอบขึ้นในที่ลุ่ม เป็นพืชล้มลุกที่มีอายุปีเดียวหรือหลายปี พบแพร่กระจายได้ทั่วโลกลำต้นไต่ดินเป็นเหง้า เป็นหัวที่มีปล้องเห็นได้ชัดเจน หรือเป็นหัวเก็บสะสมอาหาร ลำต้นเหนือดินประกอบด้วยกลุ่มใบที่แตกเป็นกอหรือลำต้นตั้งตรงที่เกิดรวมกันเป็นกอใหญ่และมีลำต้นช่อดอก กกหลายชนิดจัดว่าเป็นพืชเส้นใยซึ่งชาวไทยรู้จักนำเอาส่วนต้นเหนือดินของกกมาทอเป็นเสื่อและใช้ประโยชน์มานานแล้ว กกที่นำมาใช้ในการทอเสื่อมีหลายชนิด เช่น กกยูเนียน กกกระจูด กกสามเหลี่ยมแหว้กระดาน กกขนาก กกทราย หญ้าใบคม ทรงกลมใหญ่ แต่ที่นิยมนำมาใช้เพื่อทอเสื่อ และผลิตภัณฑ์จักสานคือ กกจันทบุรีหรือกกกลม เพราะเป็นกกที่มีคุณภาพดีเหมาะ สำหรับใช้ในการทอเสื่อ กกกลมมักเกิดขึ้นในที่น้ำขังและชื้นแฉะ ซึ่งมีน้ำขังลึก ประมาณ 10-20 เซนติเมตร มีเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 1-2 เซนติเมตร ลำต้นโผล่พ้นจากพื้นดินมีลักษณะกลม ข้างในกลางลำต้นมีช่องอากาศเล็กๆ เมื่อบีบจะรู้สึกนุ่มเหมือนฟองน้ำ ผิวด้านนอกเป็นมันเรียบ มีเส้นใยเรียงขนานกันยาว จนสุดลำต้นส่วนเปลือกจึงเป็นส่วนสำคัญสำหรับการทอเสื่อ เมื่อลำต้นโตเต็มที่ประมาณ 200 เซนติเมตร จะตัดมาทอเสื่อ วิธีการปลูกคล้ายการปลูกข้าว แต่จะปลูกไม่มากใช้พื้นที่ปลูกเพียงครอบครัวละ 1 งาน ก็สามารถตัดต้นกกกลมมาทอเสื่อได้ทั้งปี และต้นกกมีลักษณะพิเศษ คือ สามารถทนแล้งได้ดี และขยายพันธุ์ได้รวดเร็ว ชาวบ้านจึงนิยมปลูกตามริมสระน้ำหนองน้ำข้างถนน ปัจจุบันชาวบ้านหลายครอบครัวนิยมแบ่งที่นาบางส่วนมาปลูกต้นกกส่วนใหญ่จะตัดในระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนพฤศจิกายน แล้วเตรียมเสี้ยนกกไว้ทอในเดือนธันวาคมถึงเดือนเมษายน การดูแลรักษาต้นกกทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากเหมือนข้าว ไม่ค่อยมีโรคและแมลงรบกวนจึงไม่จำเป็นต้องใช้ยาฆ่าแมลงแค่ใส่ปุ๋ยคอกที่ได้จากการเลี้ยงสัตว์และวัชพืชบ้างเล็กน้อยเพื่อเร่งการเจริญเติบโต ก็จะได้กกที่มีความละเอียด เส้นเล็กสวย และมีความทนทานเมื่อปลูกอายุได้

45-50 วัน ก็สามารถตัดได้ ชาวบ้านส่วนใหญ่จะไม่ค่อยสนใจนับอายุของกกเท่าใดนัก แต่สามารถรู้ว่า ต้นกกโตพร้อมที่จะตัดได้จากการสังเกตสีของดอก หากต้นกกยังอ่อนดอกจะมีสีขาวถ้าพร้อมที่จะตัด ดอกจะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองหรือสีน้ำตาลอ่อน หากดอกเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลหรือสีดำ แสดงว่าแก่เกินไป การตัดกกในช่วงที่ยังอ่อนหรือแก่เกินไป จะได้เส้นกกที่ไม่ทนทาน (จุฬาลักษณ์ ภาชินเลิศ, ดวงดาว สิงห์ชัย. 2552)

การทอเสื่ออก เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่นำเอาต้นกกมาแปรสภาพให้เป็นเส้น ย้อมสี แล้วสานทอให้เป็นแผ่นผืนขั้นตอนการผลิตเสื่ออก ซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมทางภูมิปัญญาของท้องถิ่น เกิดขึ้นประมาณ 60 ปีแล้ว ส่วนใหญ่ทอเสื่อเพื่อใช้สอยในครัวเรือนสำหรับแลกเปลี่ยนกับสิ่งของเครื่องใช้ภายในครัวเรือนเองในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียงโดยเริ่มต้นทอกกสามเหลี่ยม (ต้นผือ) ต่อมาพระที่วัดได้นำพันธุ์กกกระจูด (ต้นไทร) มาจากจังหวัดร้อยเอ็ดมาทดลองปลูกที่ริมบึงแพง ผลปรากฏว่าเป็นพืชที่ปลูกได้ผลดี เจริญเติบโตเร็ว จึงมีราษฎรในเขตหมู่บ้านแพงนำมาปลูกซึ่งต้นกกกระจูดมีคุณสมบัติที่เหนียว เมื่อทอเป็นผืนใช้งานได้ดี มีความคงทนถาวรมากกว่าการทอจากต้นกกสามเหลี่ยม (ต้นผือ) ต่อมามีการจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพทอเสื่ออกขึ้น (ศูนย์ข้อมูลกลาง กระทรวงวัฒนธรรม. ออนไลน์)

กรรมวิธีการทอเสื่ออก เริ่มจากการตัดกกที่มีอายุประมาณ 2-3 เดือน ลำต้นอวบ เรียว ไม่มีแมลงเจาะ สีเขียวเป็นมัน โดยสังเกตจากดอกของต้นกกที่มีสีขาวอมน้ำตาล จะได้ต้นกกที่เหมาะสมกับการทอเสื่อ วิธีการตัดต้นกกใช้มีดเล็กตัดเกือบถึงโคนต้นกกแล้วคัดแยกขนาดความยาวของกก จากนั้นใช้มีดปลายแหลม กรีดแบ่งครึ่งกก หากต้นใหญ่ใช้มีดกรีดได้ 2-4 เส้น เลือกเฉพาะส่วนเปลือกใช้งาน ส่วนที่เป็นลำต้นด้านในที่มีลักษณะคล้ายฟองน้ำทิ้งไป เรียกว่า การจักก เมื่อได้เส้นกกแล้วให้นำไปตากแดด โดยวางเรียงบนลาน หรือพื้นที่เรียบกลางแจ้ง ประมาณ 1 วัน จากนั้นนำมามัดปลายแล้วตากบนราวไม้อีก 3-5 วัน เพื่อให้แห้งสนิท สังเกตจากเส้นกกจะมีสีขาวอมน้ำตาล การย้อมกกทำโดยนำกกที่ตากแห้งแล้วมมัดแช่น้ำราว 8-10 ชั่วโมง สามารถแช่น้ำค้างคืนได้ เพื่อให้เส้นกกนิ่ม จากนั้นต้มน้ำให้เดือด ใส่สีย้อมแล้วนำเส้นกกที่มัดเป็นกำแช่ลงในน้ำสีที่กำลังเดือดทิ้งไว้ 10-15 นาที จึงนำไปแช่น้ำ แล้วนำขึ้นตากในที่ร่มมีลมพัดผ่าน 3-4 วัน เมื่อเส้นกกสีแห้งสนิทก็สามารถนำไปใช้ในการทอได้ (เนตรบพิช วันดี. สัมภาษณ์)

การสร้างลวดลายของเสื่ออก วิธีการทำให้เกิดลวดลายของเสื่ออกมี 2 แบบ คือ ลายแม่บทและลายประยุกต์ ลายแม่บทเป็นการทอแบบพุ่งสลับการคว่ำหงายของกกติดต่อกันจะได้ลายที่เรียกว่าลายพื้นหรือลายขัด ซึ่ง ใช้ต้นกกที่ย้อมสีแล้วมาทอ หากอยากได้ลวดลายที่แปลกตาใช้เทคนิคการสลับของเส้นกก หรือการมัดย้อม ซึ่งมักจะมัดเป็นลายเป็ย เป็นต้น ส่วนลายประยุกต์ เป็นการทอแบบพุ่งสลับการคว่ำหงายของกก หากแต่ใช้พืชมัดลายเพื่อให้เส้นกกนูนเด่นเกิดลวดลายที่สวยงามมักจะสร้างสรรค์เป็นลายขัด ส่วนสีที่เลือกใช้มักใช้สีน้ำตาลเป็นหลัก (เนตรบพิช วันดี. สัมภาษณ์)



ภาพที่ 2.1 ลายเสื่อกกของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแพง

ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558

การแปรรูปเสื่อกกแบบดั้งเดิมมักจะทำเป็นเสื่อทำเป็นเสื่อสำหรับนอนสำหรับปูพื้นในห้องรับแขกแทนพรม และปูลาดตามพื้นโบสถ์วิหาร, เชือกสำหรับมัดของที่ห่อและผลิตภัณฑ์จักสานในครัวเรือน เช่น ตะกร้า กระจาด เป็นต้น ผลพวงแห่งแนวนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งอนุรักษ์ภูมิปัญญาชาวบ้าน เน้นส่งเสริมให้สร้างรายได้เป็นธุรกิจชุมชนจนถึงขั้นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้การทอเสื่อกกของชาวชุมชนแบบดั้งเดิมได้รับการส่งเสริมพัฒนาให้มีคุณภาพมีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งการพัฒนาด้านสายพันธุ์กักด้านเทคโนโลยีอุปกรณ์การผลิต สีเส้น รูปแบบ ลักษณะ และลวดลาย ทำให้เกิดการแปรรูปต้นกกและเสื่อกกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและความนิยมในตลาดประเทศไทยและยุโรป และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานที่ภาครัฐกำหนด การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก ส่วนมากมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ เช่น ตะกร้าใส่ของ, กล่องใส่ของ, แจกกัน, กระจา, หมอนรูปสัตว์, เบาะรองนั่งวีปัสสนา, พูกนอนเสื่อกก, กล่องใส่ทิชชู, ที่ใส่ของแขวนผนัง, หมวก, หมอน, ที่รองจาน, ที่ใส่ไม้จิ้มฟัน, ที่รองแก้ว เป็นต้น

การออกแบบ (ผศ.พิสิฐ คลังกุลและคณะ. 2556)

อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549 : 1-3) ได้ให้นิยามการออกแบบว่า การออกแบบ คือ การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็นงาน 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ ในการนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกัน ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ใช้สอยความงามอันเป็นลักษณะสำคัญที่พึงมีของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์เนื่องจากการสร้างค่านิยมทางความงามและตอบสนอง การใช้ประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มค่าให้แก่ผู้ใช้ การออกแบบเป็นกระบวนการคิดค้นข่าวสารข้ามสาขาซึ่งมนุษย์ค้นหาและรวบรวมเพื่อความพึงพอใจให้ตนเอง และเพื่อสนองความต้องการของผู้อื่น เป็นการรวบรวมข้อมูลความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีมนุษย์ได้ออกแบบขึ้นมา

วิรุณ ตั้งเจริญ (2537 : 35) ได้ให้นิยามการออกแบบว่า การออกแบบ (Design) คือ การกำหนดความนึกคิดตามความต้องการที่แสดงออกซึ่งเป็นไปในลักษณะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และรู้จักปรับปรุงแก้ไขสิ่งที่มีอยู่เดิมแล้วให้เกิดความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

Horst, Rittle (1972) ได้เสนอขั้นตอนระบบการพัฒนาการออกแบบโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานดังนี้

1. ตั้งสมมติฐานหรือวัตถุประสงค์ของงานออกแบบที่ชัดเจน
2. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น
 - 2.1 กลุ่มผู้ใช้ เรื่องอายุ เพศ ระดับการศึกษา รสนิยม ฯลฯ
 - 2.2 ความต้องการผู้บริโภค
 - 2.3 ความต้องการตลาด
 - 2.4 สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
 - 2.5 กระบวนการผลิต
 - 2.6 กระบวนการเผยแพร่
3. วิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลข้อดีข้อเสีย เพื่อการตัดสินใจในการเลือกข้อมูลและการแก้ปัญหา
4. ลงมือปฏิบัติในหลายๆ รูปแบบและนำมาศึกษาเปรียบเทียบ
5. เลือกแบบที่ดีที่สุดมาทำจำลอง
6. นำแบบจำลองไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทดลองใช้
7. ปรับปรุงแก้ไข

อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2549 : 19-20) กล่าวว่า ทฤษฎีออกแบบสมัยใหม่ หรือ SMART ประกอบด้วยหลักการออกแบบดังนี้

S = Style เอกลักษณ์เฉพาะตัว

M = Multi-function อรรถประโยชน์ใช้สอย

A = Adaptation การปรับเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสม

R = Revolution การปรับเปลี่ยน เพื่อสิ่งสร้างใหม่

T = Trend อยู่ในกระแสนิยม ทันสมัย รูปแบบ สี วัสดุ ประโยชน์

นวนน้อย บุญวงษ์ (2539 : 94) ได้ให้หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) คือ ประโยชน์ใช้สอยที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้ใช้ทางร่างกายมีความชัดเจนสามารถจับต้องใช้งานตามขอบเขตที่กำหนดไว้ ออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านประโยชน์ใช้สอยหลัก (Essential Function) คือ ประโยชน์ใช้สอยโดยตรงที่จะต้องทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย
2. ด้านประโยชน์ใช้สอยรอง (Supporting Function) คือ ประโยชน์ใช้สอยที่มีเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมให้ประโยชน์ใช้สอยหลัก ในด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย การดูแลและบำรุงรักษาได้ง่าย

นิรัช สุตสังข์ (2543 : 77) ได้กล่าวว่า การออกแบบโดยยึดหลักการใช้ประโยชน์ใช้สอยนั้น สไตลงานออกแบบจะมาจากความใหม่ (Modern) ปัจจุบันหลักการดังกล่าว ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปโดยที่การออกแบบเน้นการจำกัดรูปแบบตามผลิตภัณฑ์เฉพาะส่วนใช้สอยยังคงอยู่ แต่ประโยชน์ใช้สอยไม่ใช่หลักที่สำคัญที่สุดของการออกแบบอีกต่อไป โดยมีหลัก 2 ประการ

1. ทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นหลัก มีใช้ที่ประโยชน์ใช้สอยอย่างแต่ก่อน
2. ทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใหม่ไม่เหมือนผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องตลาด มีความแปลก ความแตกต่างและดีกว่า

สุทธิ ศรีบุรพา (2544 : 46) กล่าวว่า การนำเอาเออร์โกโนมิกส์ (Ergonomics) มาใช้เป็นข้อพิจารณาประกอบการออกแบบ

1. สนองความต้องการแท้จริงของผู้ใช้
2. สร้างความปลอดภัยให้กับกลุ่มผู้ใช้
3. ลดการสูญเสียเวลาในการทำงาน

ไพเวช วังบอน (2550 : 38) กล่าวว่า การซ้ำกันของหน่วยที่เหมือนกันในจังหวัดที่เท่ากันเป็นภาพขั้นเริ่มแรกที่สุด แต่เป็นเอกภาพที่ธรรมดาที่สุด อาจจะดูเรียบง่าย เราอาจขยายผลการซ้ำดังกล่าวให้มีชีวิตชีวน่าสนใจ โดยการสร้างความขัดแย้งของหน่วยที่ซ้ำ หรือจังหวัด หรือทั้งหน่วยและจังหวัด เพื่อให้เกิดความแตกต่างกันไป ทำให้เกิดการแปรเปลี่ยน (Variation) ซึ่งจะนำไปสู่องค์ประกอบที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น การซ้ำยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้สิ่งขัดแย้งหรือตรงกันข้ามเกิดเป็นเอกภาพมากยิ่งขึ้น การใช้การซ้ำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ นอกจากจะทำให้งานมีความน่าสนใจแล้ว ยังช่วยให้กระบวนการผลิตงานมีความง่าย สะดวก ไม่ซับซ้อนอย่างรูปทรงแบบเดียวเมื่อผลิตซ้ำ ๆ กันสามารถนำไปประกอบเป็นผลงานหนึ่งชิ้นได้อย่างน่าทึ่ง เช่น นำวัตถุที่ “รูปทรง” เหมือนกันมาวางเรียงกันในจังหวัดที่เท่าๆ กัน หรือนำวัตถุที่มี “ลักษณะ” คล้ายกันมาวางเรียงกันในจังหวัดที่เท่ากันหรือวัตถุที่เหมือนกันวางในจังหวัดที่ไม่เท่ากันหรือนำมาเรียงกันแบบไม่เท่ากันทั้งจังหวัดและวัตถุองค์ประกอบของผลงานจะมีความหลากหลายน่าสนใจ แนวคิดและวิธีการนี้ ถ้าเราทำรูปทรงเพียงแบบเดียวแล้วผลิตซ้ำเป็นจำนวนมากๆ นำมาจัดวางในลักษณะดังกล่าว ก็จะได้ผลงานที่มีความน่าสนใจในหลายรูปแบบ ความสำคัญจึงมุ่งเน้นไปที่การจัดวางเป็นสำคัญ

แฮร์รี ฮิวแมน ชาตร้า (Harry Hillman Chartrand, 1989: 93-105) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอุตสาหกรรมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยมือโดยมุ่งเน้นการผลิตจำนวนมาก และสิ่งที่สำคัญของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอุตสาหกรรม คือ คุณภาพที่ได้มาตรฐานเดียวกัน ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยทักษะและความชำนาญเฉพาะของช่างฝีมือนั้น ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์และความประณีตในการผลิตงานคุณภาพชั้นสูง

นิรัช สุตสังข์ (2543 : 4) ได้กำหนดหลักเกณฑ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะช่วยให้ทีมงานนักร้องแบบประสบความสำเร็จเมื่อต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น Dreyfuss (1967) ได้กำหนดไว้ 5 ประเด็นหลักๆ คือ

1. การใช้สอย (Utility) การออกแบบการใช้งานสำหรับมนุษย์นั้นควรมีความปลอดภัย ง่ายต่อการใช้งานโดยสัญชาตญาณ เช่น สิ่งมีคม ก็ต้องออกแบบให้สามารถสื่อสารประโยชน์ใช้สอยในตัวเองแก่ผู้ใช้งานด้วย
2. ความงาม (Appearance) รูปทรง เส้น สัดส่วน และสี ควรมีลักษณะที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสมก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้
3. ง่ายต่อการซ่อมแซม (Ease of Maintenance) ผลิตภัณฑ์ต้องถูกออกแบบให้สื่อสารว่าจะบำรุงรักษาและซ่อมแซมได้อย่างไร
4. ต้นทุนต่ำ (Low Costs) รูปทรงที่มีลักษณะซ้ำซ้อน ใช้เครื่องจักรกลที่มีราคาแพงต้องพิจารณาให้เหมาะสม โดยทีมงานที่เกี่ยวข้อง
5. การสื่อสาร (Communication) การออกแบบควรสื่อสารและสอดคล้องกับปรัชญาวิถีของคุณลักษณะทางการมอง

อดัมส์ สารีบุตร (2550 : 21) กล่าวว่า การออกแบบได้ดั่งนั้น นักออกแบบทุกคนก็ต้องเรียนรู้หลักพื้นฐานทางศิลปะเหมือนกัน คือ

1. ความกลมกลืน (Harmony) และความขัดแย้ง (Contrast)
2. จังหวะ (Rhythm)
3. ความสมดุล (Balance)
4. ความเน้น (Emphasis)
5. สัดส่วน (Proportion)
6. เอกภาพ (Unity)

ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน

วรรณิ สหสมโชค (2545 : 4) กล่าวว่าเฟอร์นิเจอร์ มีชื่อเรียกเป็นภาษาไทย หลายอย่าง เช่น เครื่องเรือน เคหะภัณฑ์ ครุภัณฑ์ เครื่องใช้ภายในบ้าน หรือ เครื่องตกแต่งบ้าน ดังนั้น เฟอร์นิเจอร์ จึงหมายถึง เครื่องตกแต่งบ้านพักอาศัย หรือ อาคาร มีประโยชน์ใช้สอยสะดวกสบายในการใช้งาน เฟอร์นิเจอร์เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอุปโภค ซึ่งได้แก่ โต๊ะอาหาร โต๊ะทำงาน ตู้ชนิดต่างๆ เก้าอี้ เตียงนอน ชั้นวางของ เป็นต้น

สาคร คันธโชติ (2528 : 1) เฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องเรือน เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ประเภทผลิตภัณฑ์อุปโภค เป็นเครื่องตกแต่งบ้านพักอาศัยหรืออาคาร มีความสะดวกสบายในการใช้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทกว้างๆ คือ ประเภทแรกเป็นเครื่องเรือนที่สร้างติดกับอาคารซึ่งเป็นลักษณะพิเศษ โดยออกแบบและสร้างให้เหมาะสมหรือเข้ากับชุดอาคารนั้น และอีกประเภทเป็นเครื่องเรือนแบบลอยตัว สามารถเลือกตามความพอใจและเหมาะสมกับสถานที่ที่จะนำมาใช้ประโยชน์

เสาวนิตย์ แสงวิเชียร (2535 : 82) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบที่มีความสำคัญในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้อาคาร ก็คือ เฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องเรือน ดังนั้นอาจจะสรุปให้ความหมายเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องเรือน ไว้ว่า สิ่งที่มนุษย์ได้ ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยในการดำรงชีวิตภายใต้การทำกิจกรรมต่าง เช่น การนั่ง นอน รับประทานอาหาร ทำงาน และใช้ประกอบกับอาคารทางด้านงานสถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอก

อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2550) กล่าวไว้ว่า การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการออกแบบ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ ประโยชน์ใช้สอย รูปทรงสีสันท้องสวยงาม ราคาต้องประหยัด

1. ประโยชน์ใช้สอย (Good Function) หมายถึงเฟอร์นิเจอร์นั้นต้องสนองความต้องการในหน้าที่ใช้สอยได้ครบถ้วน และเกิดความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้
2. รูปทรงสีสันท้องสวยงาม (Handsome Form and Beautiful color) เป็นการสนองความต้องการของผู้ใช้ ทางด้านจิตใจ และความรู้สึก ฉะนั้นต้องสร้างรูปทรงเฟอร์นิเจอร์ให้มีความสวยงาม การตกแต่งผิวให้มีลวดลายสีสันท้องจะเป็นที่ความต้องการของผู้ใช้
3. ราคาประหยัด (High Economic) เรื่องราคาเป็นด้านสุดท้ายในการตัดสินใจซื้อ ถ้าเฟอร์นิเจอร์นั้นมีประโยชน์ใช้สอยดีจริง หรืออย่างน้อยราคาควรสมดุลกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น จึงจะเกิดความยุติธรรมกับทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ

George E. Dieter (2000 : 47-49) (อ้างใน กุลจิต เล็งนา. 2550 : 8) การออกแบบอุตสาหกรรม (Industrial Design) หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) ที่ดีนั้น ต้องมีคุณสมบัติ 7 ประการดังนี้

1. ประโยชน์ใช้สอย (Functional Performance Requirement) ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้งานและมีคุณภาพในการใช้งาน (Quality of the user Interface) ในที่นี้หมายถึง ความง่ายและความสะดวกสบายในการใช้งานรูปทรงที่กระชับในการจับมีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน มีความปลอดภัยในการใช้งาน

2. ประสิทธิภาพในการทำงาน (Complementary Performance Requirement) หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีช่วงอายุการใช้งานที่คุ้มค่ามีความเหมาะสมในการใช้งาน มีคุณภาพที่ไว้วางใจได้ง่ายต่อการใช้งาน ประหยัด ง่ายต่อการดูแลรักษาและซ่อมบำรุง (Ability to maintain and repair the product) นอกจากนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

3. รูปทรงภายนอกสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Physical Requirement) และมีความเหมาะสมในการใช้งาน (Appropriate use of resource) และมีความแตกต่างที่โดดเด่น (Product Differentiation)

4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environment Requirement)

5. มีรูปลักษณ์สวยงาม (Aesthetic Requirement) สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี (Emotional Appeal)

6. มีความสอดคล้องกับเทคโนโลยีการผลิตในระบบอุตสาหกรรม (Manufacturing Technology Requirement)

7. มีต้นทุนที่เหมาะสม (Cost)

อรอนงค์ สุเวชวัฒน์กุล (2555) ได้กล่าวถึงเฟอร์นิเจอร์ว่า เฟอร์นิเจอร์ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นในบ้านเรือนหรือสำนักงานที่ผู้บริโภคใช้สำหรับอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันหรือตกแต่งเพื่อความสวยงาม โดยวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์มีหลากหลายประเภท เช่น ไม้ เหล็ก ผนัง พลาสติก เป็นต้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้ เพราะมีความสวยงาม ทนทาน มีรูปแบบที่หลากหลาย สามารถหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม่มีสัดส่วนมากกว่าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่น ๆ และชนิดไม้ที่นำมาผลิต ได้แก่ ไม้เนื้อแข็งประเภทต่าง ๆ เช่น ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้มะค่า เป็นต้น แต่ด้วยข้อจำกัดทางด้านกฎหมายและภาวะขาดแคลนไม้เนื้อแข็ง จึงทำให้ผู้ประกอบการหันมาใช้ไม้เนื้ออ่อน เช่น ไม้ยางพารา ไม้อัด เป็นต้น เพื่อทดแทนไม้เนื้อแข็งในการผลิตเฟอร์นิเจอร์จนได้รับความนิยมมาจนปัจจุบัน

เฟอร์นิเจอร์สามารถแบ่งตามรูปร่างลักษณะและลักษณะการติดตั้ง ดังนี้

1. ประเภทเฟอร์นิเจอร์ตามรูปร่างลักษณะ

1.1 ประเภทตู้ (Box-type Furniture) เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ส่วนใหญ่ทำหน้าที่เก็บภาชนะของสิ่งของต่าง ๆ สามารถรับน้ำหนักของภาชนะและสิ่งของโดยตรงสนองความต้องการของผู้ใช้สอยและเพื่อการตกแต่ง ได้แก่ ตู้เสื้อผ้า ตู้วางโทรทัศน์ ตู้โซฟา ชั้นวางของ ชั้นวางรองเท้า เป็นต้น

1.2 ประเภทขา (Leg-type Furniture) เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ทำหน้าที่รับน้ำหนัก ร่างกายมนุษย์โดยตรง และรับน้ำหนักอุปกรณ์และสิ่งของต่าง ๆ ได้แก่ โต๊ะทำงาน โต๊ะวางคอมพิวเตอร์ โต๊ะเครื่องแป้ง เตียงนอน เป็นต้น

2. ประเภทเฟอร์นิเจอร์ตามลักษณะการติดตั้ง

2.1 เฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ (Built-in Furniture หรือ Fixed Furniture) หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่ได้รับการออกแบบและติดตั้งสำหรับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นการเฉพาะยากที่จะเคลื่อนย้าย และติดตั้งใหม่ เนื่องจากการออกแบบให้ยึดเกาะกับอาคารหรือโครงสร้างอาคารมีรูปแบบเฉพาะตัวหรูหรา (Elegance) เป็นเอกเทศ (Unique) สามารถติดตั้งและตัดแปลงให้เข้ากับพื้นที่ต่าง ๆ ได้โดยไม่จำกัด รวมทั้งมักจะนิยมออกแบบเฟอร์นิเจอร์ให้สูงจนชนฝ้าเพดาน ทำให้ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้และเปลี่ยนรูปร่างหน้าตาได้

2.2 เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว (Movable Furniture หรือ Loose Furniture) หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตสำเร็จที่โรงงานเฟอร์นิเจอร์แล้วนำมาวางในหน่วยงานลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยได้จากตัวอย่างที่มีอยู่จริงในร้านค้าได้ สามารถเคลื่อนย้ายไปตามที่ต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ

2.3 เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดประกอบได้ (Knock down Furniture) หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่รวมเอาข้อดีของเฟอร์นิเจอร์ทั้งสองระบบแรกเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะเป็นเหมือนเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ในขณะที่มีการผลิตที่เกือบจะสำเร็จรูปจากโรงงาน เพียงแต่นำมาติดตั้งด้วยช่างผู้ชำนาญงานและใช้เวลาไม่นานนัก

ทฤษฎีความพึงพอใจ

กิตติมา ปรีดีติลล (2529 : 321) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงานและผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

สลใจ วิบูลย์กิจ (2544 : 42) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาพของอารมณ์บุคคลที่มีต่อองค์ประกอบของงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้น ๆ

มาสโลว์ (Maslow, 1970 : 69-80) ได้เสนอทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) นับว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับอย่างกว้างขวาง ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า “มนุษย์เรามีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองหรือพึงพอใจอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วความต้องการสิ่งอื่น ๆ ก็จะเกิดขึ้นมาอีก ความต้องการของคนเราอาจจะซ้ำซ้อนกัน ความต้องการอย่างหนึ่งอาจยังไม่ทันหมดไป ความต้องการอีกอย่างหนึ่งอาจเกิดขึ้นได้” ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เน้นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน ความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความมั่นคงในชีวิตทั้งที่เป็นที่อยู่ปัจจุบันและอนาคต ความเจริญก้าวหน้า อบอุ่นใจ
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อการเกิดพฤติกรรมความต้องการให้สังคมยอมรับตนเองเข้าเป็นสมาชิก ต้องการความเป็นมิตร ความรักจากเพื่อนร่วมงาน
4. ความต้องการมีฐานะ (Esteem Needs) มีความอยากเด่นในสังคม มีชื่อเสียง อยากให้บุคคลยกย่องสรรเสริญตนเอง อยากมีความเป็นอิสระภาพ
5. ความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการในระดับสูง อยากให้ตนเองประสบความสำเร็จทุกอย่างในชีวิตซึ่งเป็นไปได้ยาก

เฮร์เบอร์ก (Herzberg, 1959 : 113-115) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีที่เป็นมูลเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ เรียกว่า The Motivation Hygiene Theory ทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน 2 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยกระตุ้น (Motivation Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการงาน ซึ่งมีผลก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เช่น ความสำเร็จของงานการได้รับการยอมรับนับถือลักษณะของงานความรับผิดชอบความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในการทำงานและหน้าที่ให้บุคคลเกิดความพอใจในการทำงาน เช่น เงินเดือน โอกาสที่จะก้าวหน้าในอนาคต สถานะของอาชีพ สภาพการทำงาน เป็นต้น

พิบูล ทีปะปาล (2549) ได้ให้ความหมายถึงความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความพึงพอใจหรือผิดหวังอันเป็นผลเนื่องมาจากการเปรียบเทียบผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ ตามที่ลูกค้าได้รับกับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมี 3 ระดับ ดังนี้

1. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ (performance) ต่ำกว่าความคาดหวัง (expectations) ลูกค้าจะรู้สึก “ไม่พอใจ” (dissatisfied)
2. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าก็จะรู้สึก “พอใจ” (satisfied)
3. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ดีเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะรู้สึก “ยิ่งพอใจมาก” (highly satisfied) หรือ “รู้สึกประทับใจ” (delighted)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 45-48) อ้างใน วิไลลักษณ์ ทองปั้น (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยการจัดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 : 434) ได้อธิบายว่าธุรกิจบริการจะใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หรือ 7'Ps เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีองค์ประกอบ 7 ประการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็น หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ราคาสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ใน

สายตาลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- 1.1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)
- 1.2) องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ
- 1.3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย
- 1.4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- 1.5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ (Product mix and Product line)

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือ หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- 2.1) คุณค่าที่รับรู้ (Perceive Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับ ของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น
- 2.2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 2.3) การแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึง ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

- 3.1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคล หรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์ หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางธุรกิจ หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง

จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2) การกระจายตัวสินค้า หรือ การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ การขนส่ง การเก็บรักษา การคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือ การติดต่อสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ โดยเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมี ดังนี้

4.1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Media) ส่วนใหญ่ จะเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้รับข่าวสารจำนวนมาก (Mass selling) เพื่อเป็นการส่งข่าวสาร และเสนอขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบการแจ้งข่าวสาร การจูงใจให้เกิดความต้องการ หรือการเตือนความทรงจำ ทั้งในรูปแบบที่ผ่านสื่อมวลชน และส่งโดยตรงไปยังผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายซึ่งสามารถระบุผู้อุปถัมภ์รายการ คือ ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่โฆษณาได้โดยผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อโฆษณา

4.2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการตลาดซึ่งจัดหา สิ่งจูงใจที่มีค่าพิเศษสำหรับผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย และหน่วยงานขาย เพื่อกระตุ้นให้ขายสินค้าได้ หรือเป็นกิจกรรมการตลาดซึ่งเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการภายในเวลาที่จำกัด และจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อ

4.3) การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว (Publicity and Public Relations) เป็น ความพยายามในการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ หรือผลิตภัณฑ์ โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนต่างๆ เผยแพร่ข่าวสารที่ดี สร้างภาพพจน์ของการเป็นบริษัทที่ดี โดยการสร้างเหตุการณ์และเรื่องราวที่ดี การให้ข่าว เป็นการสร้างข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ หรือ

บริการผ่านสื่อกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ หรือเป็นการประชาสัมพันธ์วิธีหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ หรือนโยบายบริษัท โดยผ่านสื่อซึ่งอาจไม่ต้องเสียเงิน หรือเสียเงินก็ได้

4.4) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการ ส่งเสริมการตลาด หรือเป็นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อให้เกิด การตอบสนองโดยตรงในพื้นที่ โดยไม่รวมการขายโดยพนักงานขายที่ทำการขายตรงให้แก่ลูกค้า เช่น การใช้แคตตาล็อก จดหมายตรง ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น

4.5) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) การขายโดยใช้ พนักงานขาย เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการของบริษัทโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มเล็กๆของบุคคล กบลูกค้า หรือเป็นการติดต่อสื่อสารโดยใช้พนักงานเพื่อจูงใจให้บุคคลเกิดการตัดสินใจซื้อ โดยเป็นการติดต่อโดยตรงแบบเผชิญหน้ากัน

5. บุคคล (People) หมายถึง พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี ที่สามารถ ตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับ องค์การ บุคคลเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ และมีอิทธิพลต่อการที่จะ เลือกซื้อหรือไม่ซื้อ ใช้หรือไม่ใช้บริการของผู้บริโภค

6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการส่งมอบคุณภาพใน การให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction) มี การวางระบบและออกแบบกระบวนการให้บริการเป็นอย่างดี มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับ ลูกค้ามากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้ารอนาน จัดระบบการไหลของงานบริการให้มีอุปสรรคน้อย ที่สุดโดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการของการบริการ ที่ดี จึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติ ตั้งแต่ ขั้นตอนการติดต่อสอบถามการบริการ การเจรจาและการตกลง การบริการเมื่อมีคำสั่งซื้อ รวมถึง การบริการหลังการขาย

7. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การพยายามสร้าง คุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ในรูปแบบของการให้บริการ เพื่อสร้าง คุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-Value proposition) เป็นองค์ประกอบโดยรวมของธุรกิจบริการที่ ลูกค้าสามารถมองเห็น และใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา และตัดสินใจซื้อบริการได้ เช่น อาคาร สำนักงานของผู้ให้บริการ ท่าเลที่ตั้ง การตกแต่งสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงาน เครื่องมือ

ต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงาน ระบบการจัดการและการบริหารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นภาพลักษณ์การให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ และเกิดความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะพร โรจนพิทักษ์กุล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อเศรษฐกิจของชุมชนตำบลกระทุ่มแพ้ว อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การทอเสื่อกกของชุมชนตำบลกระทุ่มแพ้ว ปัจจุบันลดจำนวนน้อยลงไปมาก โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 58 มีรายได้จากการประกอบอาชีพของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 80 มีภาวะหนี้สินมากที่สุด ร้อยละ 73 สำหรับการนำเส้นกกเส้นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนนั้นประชาชนเห็นด้วยร้อยละ 100 ด้านแบบแผนการทอเสื่อกกของชุมชนเป็นการพึ่งแรงงานในครอบครัว พึ่งทรัพยากรท้องถิ่น พึ่งตัวเอง และพึ่งกันเอง โดยที่ชุมชนมีปัจจัยภายในที่มีศักยภาพอันเป็นรากฐานสำคัญ 3 ประการ คือ 1) โครงสร้างทางสังคม (Structure) 2) ความสามารถในการผลิต (Ability) 3) ทักษะ (Skills) ในการศึกษาได้นำปัจจัยภายในชุมชนมาเป็นฐานของการพัฒนาและนำปัจจัยภายนอกมาเป็นส่วนเสริมในการสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยการใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based) การให้ความรู้ (knowledge) และสร้างกระบวนการการเรียนรู้ (Learning process) การเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้ (Net work) ผลของวิจัยและพัฒนาครั้งนี้ส่งผลให้ชุมชนตำบลกระทุ่มแพ้วได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากเส้นกก เป็นการนำเส้นกกขนาดเส้นที่ชุมชนขายเส้นกำละ 20 บาท นำมาสานถักลายอิสระเป็นตะกร้าเอนกประสงค์ที่หน่วยผลิตภัณฑ์ได้ในราคาสูงขึ้น มีตลาดรองรับแน่นอนโดยการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเสื่อกกบางพลวงที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ชุมชนได้รับความรู้ใหม่ในด้านเทคนิคการย้อมสีกแบบถักเปีย เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และเชื่อมโยงกับหมู่บ้านใกล้เคียงในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อันเป็นฐานความเข้มแข็งของชุมชนและเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน สังคม เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มั่นคงต่อไป

ณัฐพงศ์ พนาพุดมิกุล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สนามประดับตกแต่งด้วยวัสดุจากเปลือกหอยกาบ ผลการวิจัยพบว่า ผู้วิจัยได้ใช้หลักแนวคิดของการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ตามรูปแบบของท้องถิ่น คือการนำวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนจังหวัดขอนแก่น มาเป็นส่วนประกอบหลักของชิ้นงาน ได้แก่ วัสดุเปลือกหอยกาบ รวมไปถึงการศึกษาและสังเกตวิถีชีวิตและรูปแบบความเป็นอยู่ของท้องถิ่นนั้น คู่กันกับการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ตามแบบสมัยนิยม โดยมีการคำนึงถึงรูปทรงและการใช้สีของเฟอร์นิเจอร์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ การใช้ปูนเป็นวัสดุ

หลักของเฟอร์นิเจอร์นี้ เนื่องจากสอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้าและการใช้งานในชีวิตประจำวันในยุคสมัยนี้

มานะ อินพรมมี (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจาก วัฒนธรรมการแต่งกาย ของชนเผ่าบนพื้นที่สูง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า เอกลักษณะทางวัฒนธรรม การแต่งกายของชาวเขาทั้ง 3 เผ่า ที่ศึกษามีความคล้ายคลึงกันคือ การใช้ผ้าสีดำเป็นสีหลักในการตัด เย็บชุดแต่งกาย ส่วนสีรองชาวเขาแต่ละเผ่าจะใช้แตกต่างกันโดยที่ เผ่าม้งจะใช้สีชมพูและสีฟ้าเป็นส่วนใหญ่ เผ่าเย้าใช้สีแดง สีขาว และสีเหลืองส้มเป็นส่วนใหญ่ และเผ่าลีซอจะใช้สีม่วง สีเขียวและสีน้ำเงินเป็นส่วนใหญ่ ผลการออกแบบและประเมินแบบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้แบบโคมไฟตั้งพื้น โคมไฟตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวนผนัง รวม 9 แบบ แจกันขนาดเล็กและแจกันขนาดกลาง รวม 6 แบบ ผลการจัดทำ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟตั้งพื้น โคมไฟตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวนผนัง จำนวน 9 ชิ้น จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์แจกันขนาดเล็กและแจกันขนาดกลาง จำนวน 6 ชิ้น ผลการจัดอบรมให้กับกลุ่มวิถึวัฒนธรรมสี่ชนเผ่าผู้เข้าอบรมมีทักษะงานฝีมือสามารถทำชิ้นงานตามต้นแบบได้ และมีการสร้างสรรค์ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์นอกจากแบบที่ผู้วิจัยออกแบบได้

รจนา จันทราสา และคณะ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก ใบหญ้าแฝก ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคมีความคิดเห็นกับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมีความต้องการใน รูปแบบเก้าอี้โยกมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกมากที่สุด รองมาคือ ชุดกระเป๋าสตรี และฉากกั้นห้องตามลำดับ 2) ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ การออกแบบ รูปแบบของเก้าอี้โยกที่ออกแบบและพัฒนานั้นมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย เหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต มีความสวยงามและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้า แฝกมีความเหมาะสมของเก้าอี้โยกด้านประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพมีความเหมาะสม ถูกต้อง ตามสรีระของผู้ใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสวยงามของ รูปทรงและรายละเอียด สามารถแสดงออกถึงความทันสมัย

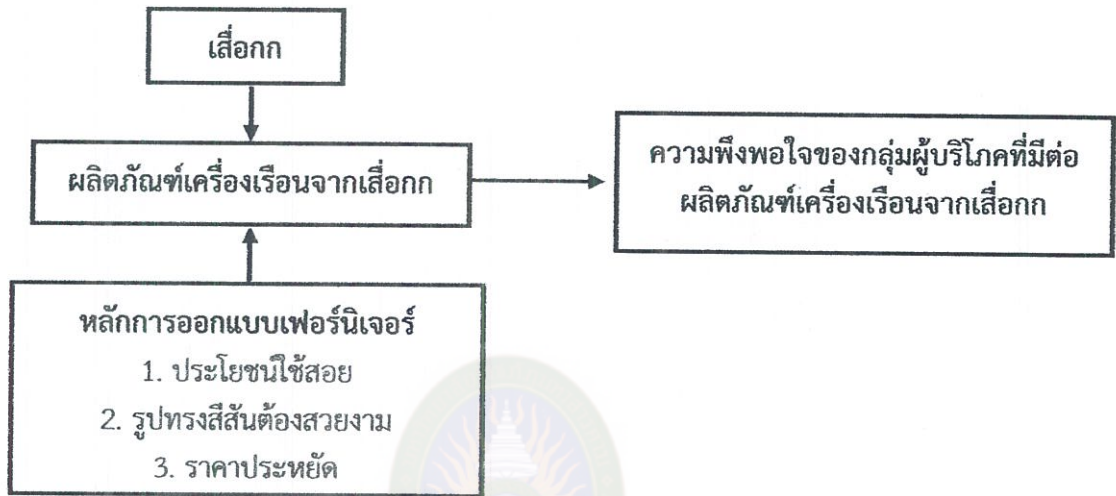
จุฑามาศ มูลอ้อม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งทำเฟอร์นิเจอร์ ของร้าน ส. การช่าง ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการเลือกสั่งทำเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคผู้ตอบ แบบสอบถามไม่เป็น ส่วนใหญ่ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่มีลักษณะเป็นเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปการเลือกสั่งทำ เฟอร์นิเจอร์เพราะคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันบุคคลในครอบครัวเป็นผู้มีอิทธิพลใน การเลือกสั่งทำเฟอร์นิเจอร์การที่จะเปลี่ยนไปใช้เฟอร์นิเจอร์แบบสั่งทำ เพราะต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่ ดีกว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งทำเฟอร์นิเจอร์นั้นด้านผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจสั่งทำเฟอร์นิเจอร์จาก คุณภาพความประณีตและความคงทนของเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พิจารณาจากความสะดวกที่ได้รับการติดต่อจากร้านด้านการส่งเสริมการขายให้ความสำคัญกับ

การให้บริการลูกค้าหลังการขายการติดตั้ง การส่งมอบสินค้าและระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการสั่งทำเฟอร์นิเจอร์ของร้าน ส. การช่าง ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจกับการเลือกวัสดุที่มีคุณภาพ มีความคงทนมาใช้และมีมือและความเรียบร้อยในการทำงานซึ่งสามารถผลิตได้ตามต้องการอย่างที่ลูกค้าพึงพอใจด้านราคาความพึงพอใจกับการกำหนดราคาเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสมกับงาน

ชาญณรงค์ สุทธิลักษณ์สกุล (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้พื้นที่ภายในห้องพักของอาคารชุดราคาประหยัด : กรณีศึกษาโครงการสินธนาแมนชั่น (ถนนนวมินทร์), กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การอยู่อาศัยมีกิจกรรมหลายประเภท เนื่องจากพื้นที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้อยู่อาศัยจึงต้องใช้พื้นที่แบบซ้อนทับกัน การศึกษาห้องชุดทั้งหมดพบเครื่องเรือนจำนวน 39 ชนิด โดยพบว่าที่นอนและตู้เสื้อผ้าเป็นเครื่องเรือนหลักที่ต้องมีทุกห้อง และพบว่าผู้อยู่ที่เป็นเจ้าของห้องส่วนใหญ่มักใช้เครื่องเรือนแบบถาวร แต่ผู้อยู่อาศัยแบบเช่าช่วงมักใช้เครื่องเรือนแบบชั่วคราว และผู้อยู่อาศัยแบบครอบครัวจัดพื้นที่ส่วนนอนชิดติดกันและใช้พื้นที่ร่วมกันมากกว่าผู้อยู่อาศัยแบบเพื่อนร่วมห้อง การใช้พื้นที่ภายในห้องพักมีลักษณะยืดหยุ่น พื้นที่เดียวกันมักใช้หลายกิจกรรม โดยพื้นที่ส่วนเอนกประสงค์เป็นพื้นที่ใช้งานหลัก ส่วนพื้นที่ระเบียงมักถูกดัดแปลงและเพิ่มอุปกรณ์ให้เป็นส่วนซักล้าง ตากเสื้อผ้า และปรุงอาหาร ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผังของห้องพักได้แก่ การจัดบริเวณระเบียงให้มีราวตากเสื้อผ้าอ่างล้างจาน พื้นที่วางเตาแก๊ส และระบบระบายน้ำ บริเวณประตูทางเข้าห้องควรเปิดออกและอยู่ห่างจากผนัง 60 เซนติเมตร เพื่อให้สามารถวางตู้หรือชั้นได้ และมีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น กำหนดตำแหน่งปลั๊กไฟฟ้าและปลั๊กสายอากาศโทรทัศน์ไว้บริเวณผนังฝั่งประตูทางเข้า เนื่องจากผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่มักจัดตู้และชั้นวางโทรทัศน์ไว้ฝั่งนี้ ซึ่งอยู่ตรงกันข้ามกับบริเวณส่วนนอน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยตามหลักการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ของ
อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2550) ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวความคิดงานวิจัย
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยมีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของจังหวัดมหาสารคาม ประเภทเสื่อกก จำนวน 22 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1 กลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการทำวิจัย
2. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลแล้วทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก จำนวน 3 รูปแบบ
3. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกสำหรับผู้ผลิต และนำรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกไปให้ผู้ผลิตประเมินความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
4. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกจากผู้ผลิต
5. ผู้วิจัยสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องเรือนจากเสื่อกก
6. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกสำหรับผู้บริโภค และนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องเรือนจากเสื่อกกไปให้ผู้บริโภคประเมินความคิดเห็นผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
7. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกจากผู้บริโภค
8. สรุปผลการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย

1. แบบสอบถาม เรื่อง การประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้ผลิต โดยแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและสร้างเครื่องมือ โดยใช้ทฤษฎีองค์ประกอบการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ของ อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2550) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตรวจคำตอบ (Check list) ของแต่ละคน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก สร้างตามมาตรฐานประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเชิงพรรณนา

2. แบบสอบถาม เรื่อง การประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้บริโภค เป็นแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและสร้างเครื่องมือ โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายในด้านผลิตภัณฑ์ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552)

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตรวจคำตอบ (Check list) ของแต่ละคน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก สร้างตามมาตรฐานประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเครื่องมือในการวิจัยทุกฉบับที่ได้รับคืน
2. นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามที่เรียบร้อยสมบูรณ์ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินของความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การวิเคราะห์ผลการประเมิน โดยวิธีการแปลผล โดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ตามแนวทางของเบสต์ (Best, อ้างถึงใน วัน เดชพิชัย, 2535 : 531) แปลคะแนนเป็นช่วง ๆ แต่ละความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.51 – 5.00	หมายความว่า	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.51 – 4.50	หมายความว่า	มาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.51 – 3.50	หมายความว่า	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.51 – 2.50	หมายความว่า	น้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.01 – 1.50	หมายความว่า	น้อยที่สุด

4. แบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยนำรวบรวมและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ร้อยละ (Percentage) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 40)

$$\text{สูตร} \quad P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน จำนวนหรือความถี่ที่ต้องการหาค่าร้อยละ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2550 : 33)

$$\text{สูตร} \quad \bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน คะแนนตัวกลางเลขคณิต
 $\sum X$ แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนน
 N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2550 : 60)

$$\text{สูตร} \quad \text{S.D.} = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 N แทน จำนวนในกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก นั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยจนครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

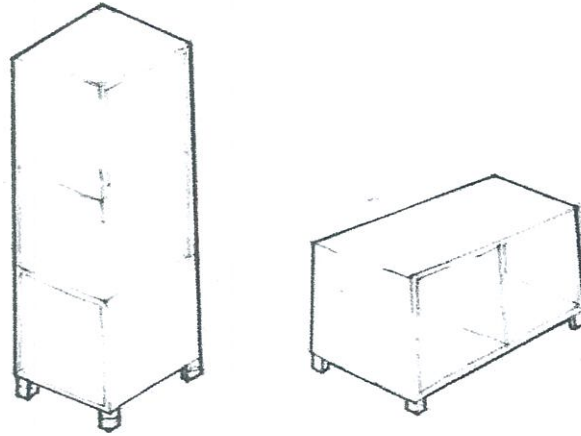
การศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เสื่อกก ในประเด็น รูปแบบ ลวดลาย และเทคนิคการผลิต

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลิตภัณฑ์เสื่อกกทั้งเอกสาร งานวิจัย และการลงพื้นที่ ทำการเก็บข้อมูล พบว่าผลิตภัณฑ์เสื่อกกของกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

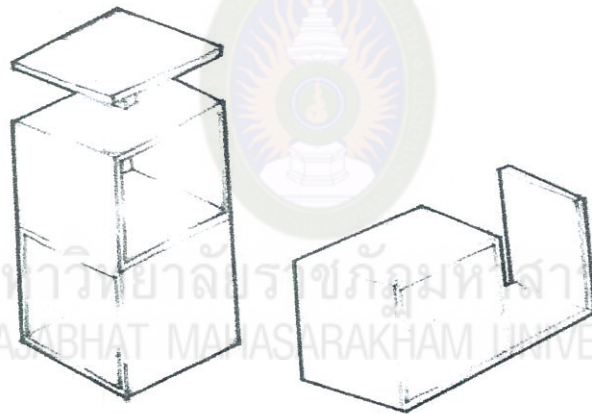
กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้พันธุ์กกกระจูด (ต้นไหล) เป็นวัสดุหลักในการผลิต ซึ่งมีคุณสมบัติเมื่อแปรรูปแล้วได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทาน ซึ่งส่วนมากแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทรองนั่ง ผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหาร ในด้านลวดลายของผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมักใช้เทคนิคการมัดย้อม อันจะเกิดลายบนเส้นกก และมักใช้สีน้ำตาลเป็นหลัก เพื่อนำไปทอเป็นลวดลายสร้างสรรค์ต่อไป ส่วนด้านเทคนิคการทอใช้แบบลายแม่บท

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

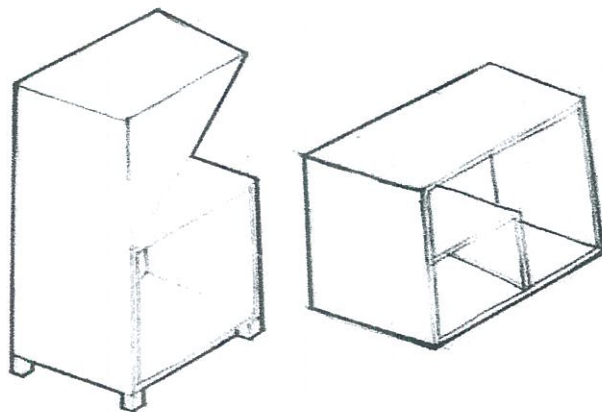
ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านผลิตภัณฑ์เสื่อกก ด้านการออกแบบ ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน ทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภทผลิตภัณฑ์อุปโภค ใช้เครื่องตกแต่งบ้านพักอาศัยหรืออาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนควรยึดหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ดี โดยเน้นการมีองค์ประกอบด้านประโยชน์ใช้สอย รูปทรงสีสันทองสวยงาม ราคาต้องประหยัด และยังคงคำนึงถึง ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เพราะมีความสวยงาม ทนทาน มีรูปแบบที่หลากหลาย สามารถหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด ควรเป็นเครื่องเรือนประเภทลอยตัว สามารถเคลื่อนย้ายไปตามที่ต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ หลังจากที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ดังนี้



ภาพที่ 4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูแบบที่ 1
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558



ภาพที่ 4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูแบบที่ 2
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558



ภาพที่ 4.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูแบบที่ 3
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558

ผู้วิจัยได้นำรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกไปให้ผู้ผลิตประเมินความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก จำนวน 5 คน ผลการวิเคราะห์พบว่า

ตาราง 4.1 ตารางแสดงสถานภาพทั่วไป

ที่	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1	เพศ		
	ชาย	2	40
	หญิง	3	60
	รวม	5	100
2	อายุ		
	21 - 30 ปี	1	20
	31 - 40 ปี	2	40
	41 - 50 ปี	1	20
	51 ปี ขึ้นไป	1	20
	รวม	5	100
3	ประสบการณ์ทำงานในอาชีพทอเสื่อกก		
	1 - 5 ปี	0	0
	6 - 10 ปี	2	40
	11 ปี ขึ้นไป	3	60
	รวม	5	100

จากตาราง 4.1 ตารางแสดงสถานภาพทั่วไปของผู้ผลิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และมีประสบการณ์ในอาชีพทอเสื่อกก มากกว่า 11 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60

ตาราง 4.2 ตารางแสดงผลประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกของผู้ผลิต

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น			
		\bar{X}	S.D.	ร้อยละ	แปลความหมาย
1.	ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกแบบที่ 1				
	ประโยชน์ใช้สอย	5.00	.000	100.00	ระดับมากที่สุด
	รูปทรงสีเส้นสวยงาม	4.60	.547	92.00	ระดับมากที่สุด
	ราคาประหยัด	4.80	.447	96.00	ระดับมากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยผลรวม	4.80	.331	96.00	ระดับมากที่สุด
2.	ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกแบบที่ 2				
	ประโยชน์ใช้สอย	4.40	.547	88.00	ระดับมาก
	รูปทรงสีเส้นสวยงาม	4.00	1.000	80.00	ระดับมาก
	ราคาประหยัด	4.00	.707	80.00	ระดับมาก
	ค่าเฉลี่ยผลรวม	4.13	.751	82.70	ระดับมาก
3.	ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกแบบที่ 3				
	ประโยชน์ใช้สอย	3.20	.447	64.00	ระดับมาก
	รูปทรงสีเส้นสวยงาม	4.00	1.000	80.00	ระดับมาก
	ราคาประหยัด	3.40	.547	68.00	ระดับมาก
	ค่าเฉลี่ยผลรวม	3.53	.664	70.70	ระดับมาก

จากตาราง 4.2 ผลประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกของผู้ผลิตพบว่า ผู้ผลิตมีความคิดเห็นในด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์, รูปทรงสีเส้นที่สวยงาม และการประเมินราคาขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อก แบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.00 ($\bar{X}=4.80$) ผู้ผลิตยังให้ข้อเสนอแนะว่า เรื่องการผลิต หากผู้บริโภคมีความต้องการมาก กระบวนการผลิตควรจะเป็นกระบวนการเชิงอุตสาหกรรมมากกว่าหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ควรสามารถถอดประกอบได้ ผู้บริโภคสามารถนำไปประกอบเองได้ เพื่อสะดวกกับการขนส่ง

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อก

หลังจากผู้วิจัยประเมินผลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกของผู้ผลิตแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินไปสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อนำไปหาความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื้อกจากผู้บริโภค จำนวน 50 คน ผลการวิเคราะห์พบว่า

ตาราง 4.3 ตารางแสดงสถานภาพทั่วไป

ที่	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	18	36
	หญิง	32	64
2.	อายุ		
	11 - 20 ปี	6	12
	21 - 30 ปี	12	24
	31 - 40 ปี	14	28
	41 - 50 ปี	10	20
	51 ปี ขึ้นไป	8	16
3.	อาชีพ		
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	2	4
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	14	28
	พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	15	30
	เกษตรกร / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	8	16
	เกษียณ	11	22
4.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 15,000 บาท	8	16
	15,001 - 25,000 บาท	11	22
	25,001 - 35,000 บาท	15	30
	มากกว่า 35,000 บาท	16	32
5.	สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เลือก		
	ท้องถิ่นที่ทำการผลิต	17	34
	ศูนย์โอท็อป	10	20
	งานจัดแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนของ หน่วยงานราชการ	15	30
	ตลาดนัด	8	16
	อื่น ๆ	0	0

จากตาราง 4.3 ตารางแสดงสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64 อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 32 และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก สถานที่ที่ท้องถิ่นที่ทำการผลิต จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34

ตาราง 4.4 ตารางแสดงผลประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ของผู้บริโภค

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น			
		\bar{X}	S.D.	ร้อยละ	แปลความหมาย
1	ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม	4.67	.478	93.20	ระดับมากที่สุด
2	ผลิตภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.79	.464	95.60	ระดับมากที่สุด
3	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทาน	4.43	.676	89.20	ระดับมาก
4	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.45	.501	91.20	ระดับมาก
5	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์สวยงาม สร้างคุณค่าในจิตใจ	4.58	.494	92.00	ระดับมากที่สุด
6	ผลิตภัณฑ์สามารถการผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้	4.18	.747	83.60	ระดับมาก
7	ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม	4.50	.579	90.40	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยผลรวม		4.52	.563	90.74	ระดับมากที่สุด

ตาราง 4.4 ตารางแสดงผลประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกในด้านผลิตภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.60 (\bar{X} =4.79) ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.20 (\bar{X} =4.67) และเป็นด้านผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์สวยงาม สร้างคุณค่าในจิตใจ ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.00 (\bar{X} =4.58) โดยในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.74 (\bar{X} =4.52) ผู้ผลิตยังให้ข้อเสนอแนะว่า ผลิตภัณฑ์ควรมีสีสันและลวดลายของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย, ผลิตภัณฑ์ควรสามารถถอดประกอบได้ สะดวกแก่การขนย้าย, ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักมาก และผลิตภัณฑ์ควรมีลื่นซึกหรือขึ้นวาง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เปลือก ในประเด็น รูปแบบ ลวดลาย และเทคนิคการผลิต

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้พันธุ์กกระจุต (ต้นไทร) เป็นวัสดุหลักในการผลิต ซึ่งมีคุณสมบัติเมื่อแปรรูปแล้วได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทาน ซึ่งส่วนมากแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ด้านลวดลายของผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมักใช้เทคนิคการมัดย้อม และใช้สีน้ำตาลเป็นหลัก ส่วนด้านเทคนิคการทอใช้แบบลายแม่บท

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือก

ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เปลือกด้าน, การออกแบบ, ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน ทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เปลือก จากนั้นนำรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือกไปให้ผู้ผลิตประเมินความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือก จำนวน 5 คน พบว่า ผู้ผลิตมีความคิดเห็นในด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์, รูปทรงสีสันทึ่สวยงาม และการประเมินราคาขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือก รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.00 ($\bar{X} = 4.80$) ผู้ผลิตยังให้ข้อเสนอแนะว่า เรื่องการผลิตหากผู้บริโภคมีความต้องการมาก กระบวนการผลิตน่าจะเป็นการเชิงอุตสาหกรรมมากกว่าหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ควรสามารถถอดประกอบได้ ผู้บริโภคสามารถนำไปประกอบเองได้ เพื่อสะดวกกับการขนส่ง

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือก

ผู้วิจัยประเมินผลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือกของผู้บริโภค แล้วผู้วิจัยได้นำผลการประเมินไปสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อนำไปหาความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือกจากผู้บริโภค จำนวน 50 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเปลือกในระดับมากที่สุด ในด้านสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือ ความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมและรูปลักษณ์สวยงาม สร้างคุณค่าในจิตใจ ความพึงพอใจโดยรวมคิดเป็นร้อยละ 90.74 ($\bar{X} = 4.52$) ผู้บริโภคยังให้ข้อเสนอแนะว่า ผลิตภัณฑ์ควรมีสีสันและลวดลายของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย, ผลิตภัณฑ์ควรสามารถถอดประกอบได้สะดวกแก่การขนย้าย, ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักมาก และผลิตภัณฑ์ควรมีลิ้นชักหรือชั้นวาง

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ตามหลักการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ทั้งที่เป็นผู้ผลิตและผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกในระดับมากที่สุด ในด้านสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือ ความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมและรูปลักษณ์สวยงาม สร้างคุณค่าในจิตใจ คล้องกับผลการศึกษาของ รจนา จันทราสา และคณะ (2553) เรื่อง การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝกมีความเหมาะสมของเก้าอี้โยกด้านประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพมีความเหมาะสม ถูกต้องตามสรีระของผู้ใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสวยงามของ รูปทรงและรายละเอียดสามารถแสดงออกถึงความทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

- 1.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก ควรได้รับการพัฒนาทางด้านสีสันทันและลวดลายที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค
- 1.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกควรเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดประกอบได้ (Knock down Furniture) ให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการใช้งานและเพื่อสะดวกใน การขนส่ง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการทำวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง
- 2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กิติมา ปรีดีติลล. (2529). *ทฤษฎีการบริหารองค์กร*. กรุงเทพฯ : ธนการพิมพ์.
- กุลสิต เส็งนา. (2550). *การศึกษาและพัฒนาชุดโต๊ะเก้าอี้ศิลปะ*.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง : กรุงเทพมหานคร.
- จุฑามาศ มูลอ้อม. (2548). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสิ่งทำเฟอร์นิเจอร์ของร้าน ส. การช่าง
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต : กรุงเทพฯ.
- จุฬาลักษณ์ ถาซินเลิศและดวงดาว สิงห์ชัย. (2552). *การพัฒนาอุปกรณ์ผ้าต้นกกสำหรับการทอ
เสื่อกก*. ปริญญานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น : ขอนแก่น.
- ชาญณรงค์ สุทธิลักษณ์สกุล. (2545). การใช้พื้นที่ภายในห้องพักของอาคารชุดราคาประหยัด :
กรณีศึกษาโครงการสินธนาแมนชั่น(ถนนนวมินทร์),
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ :
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
_____. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ :
ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพงศ์ พนาพุดมิกุล. (2555). *โครงการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สนามประดับตกแต่งด้วยวัสดุ
จากเปลือกหอยกาบ*. ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร : กรุงเทพฯ.
- นิรัช สุดสังข์. (2543). *การออกแบบอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- เนตรบพิธ วันดี. สัมภาษณ์. 21 กุมภาพันธ์ 2558.
- นวลน้อย บุญวงษ์. (2539). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิบูล ทีปะपाल. (2549). *การบริหารการตลาด ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 ปรับปรุงใหม่ ปี 2549*.
กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- พิสิฐ คลังกุลและคณะ. (2556). *ศึกษาวิจัยหัตถกรรมพื้นถิ่น : เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน*.
รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา : นครราชสีมา.
- ไพเวช วังบอน. (2550). อ้างใน พิสิฐ คลังกุลและคณะ. (2556). *ศึกษาวิจัยหัตถกรรมพื้นถิ่น :
เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน*. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
นครราชสีมา : นครราชสีมา.

- มานะ อินพรมมี. (2554). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกาย
ของชนเผ่าบนพื้นที่สูง จังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ :
เพชรบูรณ์.
- รจนา จันทราสา และคณะ (2553). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากใบหญ้าแฝก.
รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา : กรุงเทพฯ.
- ลักษณะพร โรจนพิทักษ์กุล. (2555). การสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อเศรษฐกิจของชุมชน
ตำบลกระทุ่มแพ้วอำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. วารสารศึกษาศาสตร์, ปีที่ 24
ฉบับที่ 1 เดือนตุลาคม 2555 - มกราคม 2556.
- วัน เดชพิชัย. (2535). คู่มือการวิจัยและการประเมินผลโครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์.
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. ปัตตานี :
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรรณิ สหสมโชค. (2545). เอกสารประกอบการสอนวิชา ออกแบบเฟอร์นิเจอร์ 2. กรุงเทพฯ :
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันราชภัฏพระนคร.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2537). ออกแบบ 2 มิติ. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์ จำกัด.
- วิไลลักษณ์ ทองปิ่น. (2546). ความพึงพอใจและพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อ
ความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศูนย์ข้อมูลกลาง กระทรวงวัฒนธรรม. (2555). การทอเสื่อ. 14 พฤษภาคม 2558.
http://www.m-culture.in.th/moc_new/album/170206/การทอเสื่อกกบ้านแพง/
- ศลใจ วิบูลย์กิจ. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างเทคนิคการประสานงานของศึกษาธิการอำเภอกับ
ความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ในสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ เขตการศึกษา
3. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : มหาสารคาม.
- สาคร คันธโชติ. (2528). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ .
- สุทธิ ศรีบูรพา. (2544). เออร์گونอมิกส์ (การยศาสตร์) ว่าด้วยการนั่งและเก้าอี้.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- เสาวนิตย์ แสงวิเชียร. (2535). การออกแบบตกแต่ง. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์ จำกัด.
- อรอนงค์ สุเวชวัฒน์กุล. (2555). การพัฒนากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และการเปิดประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ กรณีศึกษา : บริษัท ทศพรอินเตอร์เฟอร์นิเจอร์
จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา : ชลบุรี.

อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2549). *เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์ จำกัด.

_____. (2550). *ออกแบบเฟอร์นิเจอร์*. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์ จำกัด.

บรรณานุกรมภาษาอังกฤษ

George E. Dieter. (2000). อ้างใน กุลสิต เสงี่ยม. (2550).

การศึกษาและพัฒนาชุดโต๊ะเก้าอี้ศิลปะ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง : กรุงเทพมหานคร.

Harry Hillman Chartrand. (1989). อ้างใน พิสิฐ คลังกุลและคณะ. (2556). *ศึกษาวิจัยหัตถกรรมพื้นถิ่น : เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน*. รายงานการวิจัย,

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา : นครราชสีมา.

Herzberg, Frederrick. (1959). *The Motivation to Work*.

New York : John Wiley and Sons Inc.

Horst, Rittle (1972) อ้างใน พิสิฐ คลังกุลและคณะ. (2556). *ศึกษาวิจัยหัตถกรรมพื้นถิ่น :*

เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา : นครราชสีมา.

Maslow, Abraham. (1970). *Motivation and Personnality*. New York :

Harper and Row Publishers.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์
การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

- ชื่องานวิจัย** การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
- ผู้วิจัย** นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์
- สังกัด** สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 4 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ตอบให้ครบทั้ง 4 ตอน
เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อเป็นประโยชน์ใน
การนำไปใช้ต่อไปออกเป็น 4 ตอนดังนี้
- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ.....
- 1.2 อายุ () 20-30 ปี () 31-40 ปี () 41-50 ปี () 51 ปีขึ้นไป
- 1.3 ประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับเสื่อกก () 0-5 ปี () 6-10 ปี () 11-15 ปี () 16 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.1 ต้นกก

.....

.....

.....

2.2 ขั้นตอนการผลิตเสื่อกก

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 การสร้างลวดลายบนเสื้อก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเสื้อก

3.1 ผลิตภัณฑ์จากเสื้อกที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบประเมิน

เรื่อง การประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้ผลิต

ชื่องานวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ผู้วิจัย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์
สังกัด สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
คำชี้แจง แบบประเมินนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 3 ตอน เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไปออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ

หญิง

ชาย

2. อายุ

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51 ปีขึ้นไป

3. ประสบการณ์ทำงานในอาชีพทอเสื่อกก

1-5 ปี

6-10 ปี

11 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ท่านมีความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ระดับความคิดเห็น

ระดับคะแนน

เห็นด้วยที่สุด

5

เห็นด้วยมาก

4

เห็นด้วยปานกลาง

3

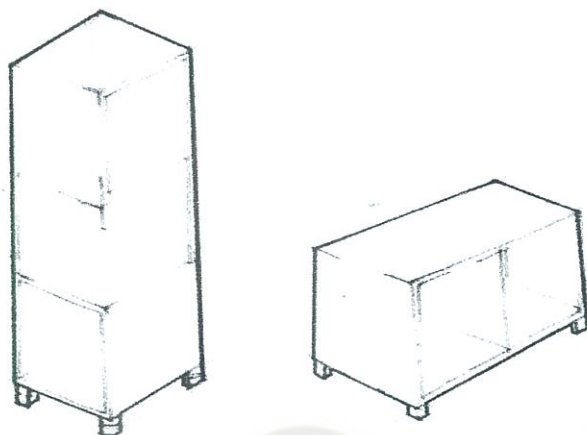
เห็นด้วยน้อย

2

เห็นด้วยน้อยที่สุด

1

ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูปแบบที่ 1



ที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1	<p>ประโยชน์ใช้สอย</p> <p>ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกชิ้นนี้ เป็น ชั้นวาง 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นลักษณะกล่อง สามชั้น เปิดหลายด้าน และชั้นที่สอง เป็น กล่องแนวนอน ใช้ใส่ของ</p>					
2	<p>รูปทรงที่สวยงาม</p> <p>รูปทรงเป็นลักษณะกล่อง เปิดหลายด้าน สามารถเข้ามุมได้ มีขาตั้ง ทำมาจากไม้ MDF ใช้เสื่อกกโทนสีน้ำตาล ลายมัดหมี่ และลายเปียเป็นหลัก</p>					
3	<p>ราคาประหยัด</p> <p>ราคา 7,500 บาท</p>					

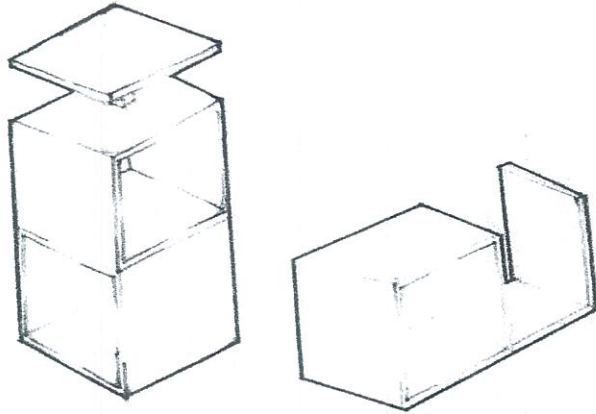
ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูปแบบที่ 2



ที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1	<p>ประโยชน์ใช้สอย</p> <p>ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกชิ้นนี้ เป็น ชั้นวาง 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นลักษณะกล่อง สองชั้น เปิดสองด้าน เพิ่มชั้นบนเป็น ลักษณะชั้นลอย และชั้นที่สอง เป็นกล่อง แนวนอนช่องเดียว เพิ่มขาขึ้นไว้ใส่ของที่ เป็นลักษณะเสียบบาง เพื่อช่วยต่อการหยิบ จับ</p>					
2	<p>รูปทรงสีสันทสวยงาม</p> <p>รูปทรงเป็นลักษณะกล่อง เปิดหลายด้าน สามารถเข้ามุมได้ ทำมาจากไม้ MDF ใช้ เสื่อกกโทนสีน้ำตาล ลายมัดหมี่และลาย เป็ยเป็นหลัก</p>					
3	<p>ราคาประหยัด</p> <p>ราคา 7,500 บาท</p>					

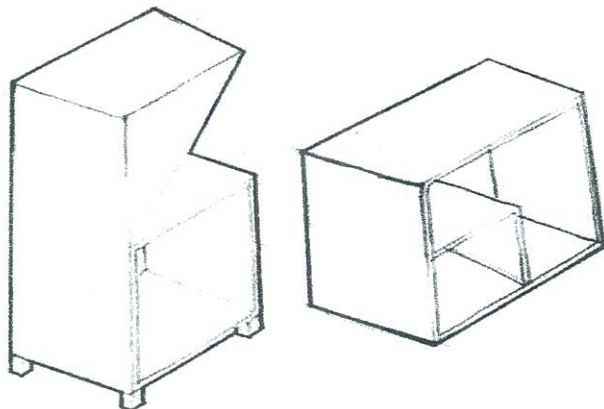
ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกรูปแบบที่ 3



ที่.	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1	ประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกชิ้นนี้ เป็น ชั้นวาง 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นลักษณะกล่อง สองชั้น เปิดสองด้าน มีขา และชั้นที่สอง เป็นกล่องแนวนอนช่องเดียว เพิ่มช่องเล็ก ๑ ช่องใน					
2	รูปทรงสีสันทสวยงาม รูปทรงเป็นลักษณะกล่อง เปิดหลายด้าน สามารถเข้ามุมได้ ทำมาจากไม้ MDF ใช้ เสื่อกกโทนสีน้ำตาล ลายมัดหมี่และลาย เป็ยเป็นหลัก					
3	ราคาประหยัด ราคา 7,500 บาท					

ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบประเมิน

เรื่อง การประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกของผู้บริโภค

- ชื่องานวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
- ผู้วิจัย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์
- สังกัด สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- คำชี้แจง แบบประเมินนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 3 ตอน
เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อเป็นประโยชน์ใน
การนำไปใช้ต่อไปออกเป็น 3 ตอนดังนี้
- ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ประเมิน
- ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ของผู้บริโภค
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ

หญิง ชาย

2. อายุ

11-20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

นักเรียน นิสิต นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง เกษตรกร / ค้าขาย / อาชีพอิสระ เกษียณ

4. รายได้ต่อเดือน

น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท

25,001 – 35,000 บาท มากกว่า 35,000 บาท

5. สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสื่อกก

ห้องถิ่นที่ทำการผลิต ศูนย์โอทอป

งานจัดแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนของหน่วยงานราชการ

ตลาดนัด อื่น ๆ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ หน้าข้อความที่ท่านมีความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก



ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกกชิ้นนี้ เป็นชั้นวาง 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นลักษณะกล่องสามชั้น เปิดหลายด้าน และชั้นที่สอง เป็นกล่องแนวนอน ใ้ใส่ของ รูปทรงเป็นลักษณะกล่อง สามารถเข้ามุมได้ มีขาตั้งทำมาจากไม้ MDF ใช้เสื่อกกโทนสีน้ำตาล ลายมัดหมี่และลายเปียเป็นหลัก ราคา 7,500 บาท

ที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม					
2	ผลิตภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน					
3	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทาน					
4	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
5	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์สวยงาม สร้างคุณค่าในจิตใจ					
6	ผลิตภัณฑ์สามารถการผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้					
7	ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

.....

.....

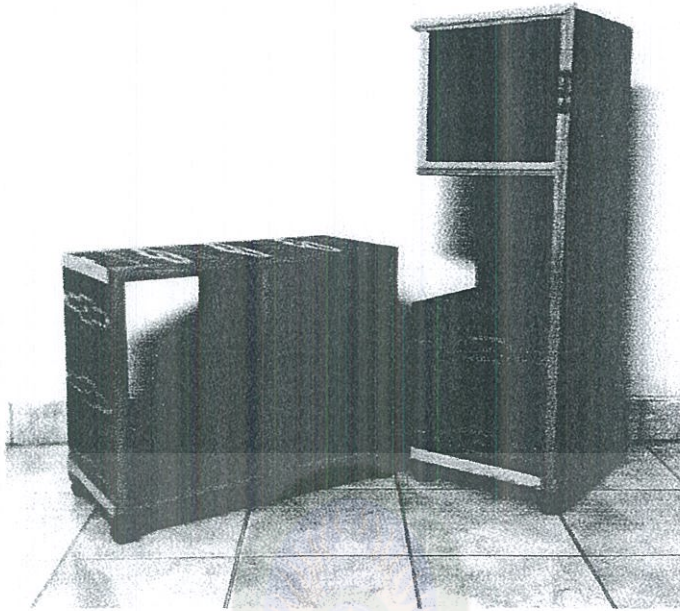
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



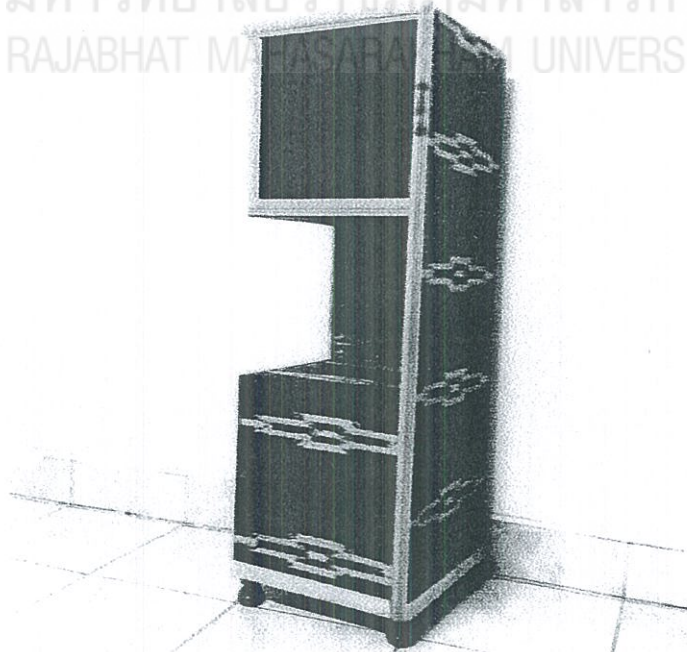
ภาคผนวก ข
ภาพประกอบการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

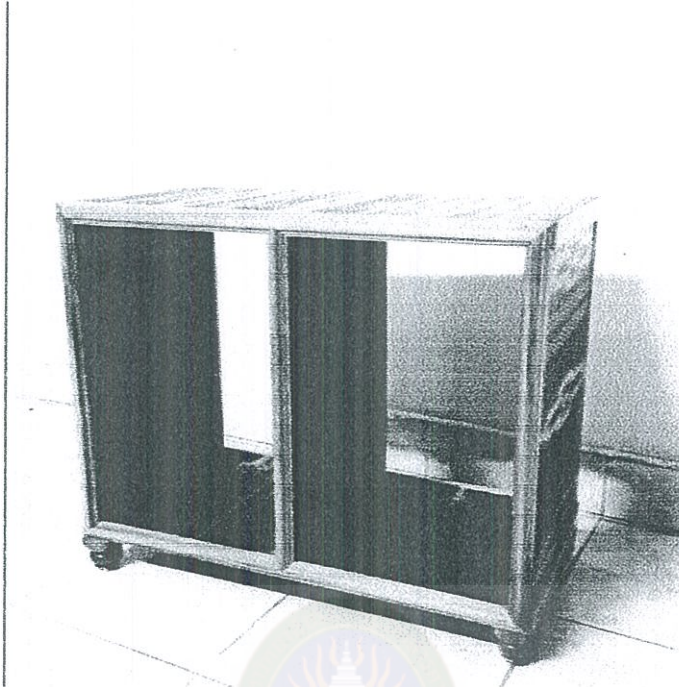


ภาพที่ ข-1 ภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาพที่ ข-2 ภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558



ภาพที่ ข-3 ภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558



ภาพที่ ข-4 การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
ที่มา : พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์. 2558

แบบประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นามสกุล
 ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
 สถานที่ทำงาน สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
 ที่อยู่ 6 ซอยค้อใหญ่ 1 ถนนค้อใหญ่ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000
 โทรศัพท์ 082-842-8422

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี วท.บ. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (เกียรตินิยมอันดับ 2)
 สถาบันราชภัฏมหาสารคาม
 ระดับปริญญาโท ค.อ.ม. สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประวัติงานวิจัย

- 2554 การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง ทฤษฎีสี่ สำหรับนักศึกษา
 ชั้นปีที่ 1
- 2554 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
 จังหวัดมหาสารคาม
- 2555 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กระดาษสารท ร้านแม่ถนอม จังหวัดบุรีรัมย์
- 2555 การพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องฮางอกสำเร็จรูปขงพร้อมดื่ม
 กลุ่มจิตอาสาบ้านนาคอย จังหวัดสกลนคร
- 2555 การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง วาดเส้น 2
- 2556 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าไหมฝ้าย บ้านนาคุณ
 อำเภอแกลง จังหวัดมหาสารคาม
- 2557 การออกแบบตราสินค้าและฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม
- 2558 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนจากเสื่อกก