

การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มกระติบข้าว บ้านยางคำ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม
สำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดขอนแก่น

Development of Product Pattern and Packaging:

Focus group: Glutinous Rice Bamboo Container (Kratip) of Ban Yang Kam (Yang Kam Village)
To Encourage Value-Adding to the Local Community Products of Khon Kaen Province

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ สายวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

โทร. 043-202396, 081-562-5892, E-mail: pduang@kku.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสม เป็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กระติบข้าวเหนียวในด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม ที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นจากภูมิปัญญางานหัตถกรรมจักสาน เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) กลุ่มกระติบข้าวบ้านยางคำ เป็นหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ วิธิตำเนินการศึกษางานวิจัย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) ด้วยการสร้างแนวคิด กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้งานหัตถกรรมจักสาน ทั้งในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) โดยขั้นแรกกลุ่มกระติบข้าวบ้านยางคำเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิม กลุ่มเป้าหมาย การตลาด ด้านวัตถุดิบ ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการในกลุ่มเพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าโดยผู้มีความรู้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัยด้านศิลปกรรม(ศิลปะและวัฒนธรรมพื้นถิ่น)ในการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) ในการสรุปเพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ยังคงเอกลักษณ์ท้องถิ่น

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมทั้งด้านการตลาดช่องทางการจำหน่าย การขยายตลาดที่แบ่งระดับของสินค้าได้หลากหลายและในระดับที่สูงขึ้นทั้งกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับสูงขึ้นไป อายุหลายระดับ เช่น กลุ่มวัยทำงาน หน่วยงานราชการ คิวแทนองค์กร หน่วยงานต่างๆที่มีรายได้ปานกลางไปถึงค่อนข้างมาก จากกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัสดุในท้องถิ่น จึงสามารถสรุปรูปแบบสินค้าได้ทุกวัน จากแนวคิด “วัฒนธรรมการกิน” ที่เป็นวิถีชีวิตของคนอีสานในสังคมการอยู่ร่วมกันของความเป็นครอบครัวได้ 3 รูปแบบ แบบที่หนึ่ง “ชุดกระติบเดี่ยว” ยึดแนวคิดการพัฒนาจากสินค้าดั้งเดิมโดยการนำมาเรียงซ้อนกัน ลักษณะการใช้งานแบบครบชุด รุ่นราคาแบบประหยัด แบบที่สอง “ชุดกระติบชุดของฝาก” มีรูปแบบสมัยใหม่ หรูหรามีคุณค่าสวยงาม อยู่ในระดับไฮคลาสเน้นสังคมระดับสูง แบบที่สาม “ชุดกระติบชุดปิกนิก” สำหรับครอบครัวไว้ปิกนิกหรือร้านค้าที่ขายยกชุดเป็นเซตแยกชุดได้เป็น ชิ้น พร้อมฝาปิดเปิดภายใน ห่อหุ้มด้วยกล่องเก็บยกชุด ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบ ยังคงเอกลักษณ์ที่มีมาแต่บรรพบุรุษในด้านลวดลายดั้งเดิมที่สวยงามและการสานที่ละเอียดเก็บรักษาทั้งความร้อนของข้าวเหนียวได้ดี

คำสำคัญ : การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ บ้านยางคำ, การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

This research is aimed to develop the pattern and packaging of Glutinous Rice Bamboo Container (Kratip) in term of usage but modern in design and at the same time maintaining its local handicraft identity.

This is the Research and Development of the Focus Group on Glutinous Rice Bamboo Container (Kratip) of Ban Yang Kam. The result of this research and development was put into action for the benefits of the concerned parties the process was emphasized on qualitative research based on participatory research by introducing the creative ideas and implementing the process on developing product pattern and packaging. The ideas exchanging between the local handicrafts groups were performed by using both methods: focus group interview and Depth interview. Firstly, the focus group was interviewed for the detail of original products, raw materials, marketing and general management among the group of how to make value-adding to the products. The process was carried out under the supervision of concerned experts for example: research teams on product pattern and packaging, communications & marketing and experts on Fine Arts (Local Arts and Folklores). The brain-storming was finalized; the designed products will be modern but still maintain its local identity.

The research shows the target groups are varied. The target group must be determined and the product designed must meet the requirement of each group namely general & higher market, age, occupation, income for instant. Then, the determination can be made to choose the raw material in the local; Phai Tawan Products Design will be based on “Eating Culture” of Esarn people. Basing on eating culture, the family size and functional uses, designs are as follow:

1. Single Kratip Set pieces: is a simple set at reasonable price

2. Souvenir Set pieces: is designed beautifully for the higher market and

3. Picnic Set pieces: is ideal for family picnic

All sets are specially designed with lids and properly packed in well-designed packaging. The identity of the old day Kratip is significant; well-crafted that can warm the glutinous rice for the longer hours.

Keywords: Development of Product Pattern and Packaging of Ban Yang Kam helps make value-adding to the Community Products.

1. บทนำ

ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอให้กับผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาลูกค้า คุณค่าของสินค้าในรูปตัวเงินก็คือราคา (Price) ของสินค้า ผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะเกิดการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมีการยอมรับในราคานั้น ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็นคุณสมบัติที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด สินค้า การศึกษาประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนกับการศึกษาอารยธรรมของมนุษย์ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของมนุษย์ชาติจะพัฒนาไปพร้อม ๆ กับมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ สืบเนื่องจากคุณประโยชน์ที่บรรจุภัณฑ์เอื้ออำนวยให้การกินอยู่ดีขึ้น ย่อมจะทำให้มองเห็นถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อมนุษย์ชาติ

กลุ่มกระต๊อบข้าวบ้านยางคำหมู่ที่ 13 จัดตั้งกลุ่ม ได้จัดตั้งเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2541 โดยได้รับงบประมาณจาก ศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียน อำเภอหนองเรือ ช่วยจัดหางบประมาณในการจัดตั้งกลุ่ม กระต๊อบข้าว ไม้ตะวัน จากการทำข้าวชากรได้ลงพื้นที่มาเห็นชุมชนภายในหมู่บ้านสานกระต๊อบข้าวเหนียวทุกหลังคาเรือนทางศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียน จึงเสนอทางชุมชนว่าถ้าชุมชนสามารถรวมกลุ่มกันได้ ก็จะสามารถได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง งบประมาณ เรื่องวิชาการองค์ความรู้ ทางผู้นำในชุมชนก็รับนโยบายมาประสานแนวคิดต่อภายในชุมชน ก็ได้รับการตอบรับที่ดีจนสามารถรวบรวมกลุ่มได้ จากประสบการณ์ในการทำงานจึงทำให้กลุ่มของชุมชนบ้านยางคำ หมู่ที่ 13 ได้จัดทำเป็นสินค้า OTOP ของหมู่บ้าน ผู้นำชุมชนและของกลุ่ม คุณกองมี หมื่นแก้ว เป็นประธานกลุ่มกระต๊อบข้าว บ้านยางคำ หมู่ที่ 13 พร้อมทั้งเครือข่ายภายในหมู่บ้าน เช่น กลุ่มกลุ่มกระต๊อบข้าว บ้านยางคำ หมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 3 เป็นต้น การจักสานกระต๊อบข้าวเหนียวของบ้านยางคำ หมู่ที่ 13 นั้น เกิดจากความสามัคคี การรวมกันทำงานเป็นทีมที่ดี ศักยภาพของการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ลวดลายที่ใช้ในการจักสานกระต๊อบข้าวของลายดั้งเดิม อันเป็นลายดั้งเดิมมาจากลายผ้าบ้าน คือ ลายคุบ ลายสอง ลายสาม ลายดอกจิก ตลอดจนการทำลวดลายที่ละเอียด การสานที่แน่นหนา อันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม วัสดุที่ใช้ในการจักสานก็ใช้ไม้ไผ่ในหมู่บ้าน คือ ไม้ไผ่(ไม้ปล้องห่าง)หรือไม้ไผ่สีสุก ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและการสืบทอดเอกลักษณ์ ขยายพันธุ์อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนลวดลายที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ไม้ไผ่สีสุก

เป็นไม้ไผ่ได้จากไม้ที่มีในพื้นที่ของตนเองอยู่ก่อนแล้ว สมัยปู่ย่า ตายาย ปลุกทิ้งไว้ให้ ก่องข้าวและกระต๊อบข้าว เป็นภาชนะในการเก็บอาหารที่ทรงคุณค่ามากด้วยภูมิปัญญา เก็บความร้อนได้ดี อาชีพของกลุ่มบ้านยางคำ ต.ยางคำ อ.หนองเรือ จ.ขอนแก่น โดยหลักแล้วมีอาชีพทำนา อาชีพเสริม หัตถกรรมจักสาน รับจ้าง จากปัญหาของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลุ่มกระต๊อบข้าว บ้านยางคำ ต.ยางคำ หมู่ที่ 13 อ.หนองเรือ จ.ขอนแก่นจะพบว่า ในภาวะที่บ้านเมืองเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของโลกนั้น ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจากเดิมที่เคยเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของชาวบ้านในชนบทก็มิอาจต้านทานหรือแม้แต่จะหยุดนิ่งมิให้เกิดการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ขาดรูปแบบใหม่ๆ ความโดดเด่น ชาติลักษณะเฉพาะของรูปแบบ ที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ และโครงสร้างของการบรรจุภัณฑ์ ไม่แตกต่างจากพื้นที่อื่นที่มีการผลิตลักษณะเดียวกัน ขาดการส่งเสริมในด้านรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ที่ยังคงเอกลักษณ์พื้นถิ่นและชาติศึกษาภาพในการแข่งขันกับตลาดอื่น เอกลักษณ์ในด้านลวดลายดั้งเดิมที่มีมาแต่บรรพบุรุษและสามารถนำมาประยุกต์ในรูปแบบสมัยใหม่ที่ตรงต่อความต้องการของตลาดแต่ยังคงเอกลักษณ์ของลวดลาย การสานที่ละเอียด

ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าจึงเข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งที่จะช่วยให้สินค้าที่ได้รับการพัฒนาและการคุ้มครองสินค้าภายในไม่ให้เกิดความเสียหาย เพิ่มโอกาสด้านการส่งเสริมการตลาดรวมทั้งสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจซื้อ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศได้ สามารถแข่งขันในด้านการตลาดผลิตภัณฑ์จักสานและยกระดับมาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ การเพิ่มมูลค่าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ซึ่งผู้บริโภคจะเห็นรูปแบบและลวดลายที่คล้ายกันของผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการเกี่ยวกับการออกแบบ [1] เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้ามีคุณภาพจากสินค้าคู่แข่ง ซึ่งจะสร้างความสะดุดตาประทับใจแตกต่างสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาดอย่างสิ้นเชิง เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพราะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจยุคใหม่ทำให้วิถีการค้าเนินธุรกิจของกลุ่มชุมชนเปลี่ยนไปที่จะช่วยเสริมสร้างคุณค่าของสินค้าการออกแบบที่ส่งเสริมการขายนั้นจะต้องให้ความสำคัญในการรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายเป็นลำดับแรก การเลือกตลาดเป้าหมาย การเลือกพิจารณาตลาดเป้าหมายจะต้องพิจารณาร่วมกับนโยบายด้านการค้าและการเมือง ประเพณี ภาษา สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการขนส่ง และระยะทางการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคในตลาดมีทัศนคติที่แตกต่างกันในเรื่องรูปร่าง จำนวน สี สัน และสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่แทนผู้ขายได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งแต่ละประเทศจะออกแบบสื่อความหมายของรูปร่าง สี สัน และสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อ และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันร่วมไปกับการแข่งขันด้านการตลาด ด้านการค้า ประชากร ราคา ความต้องการของผู้บริโภค และกฎระเบียบต่างๆ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและอื่นๆ อันเป็นมูลพื้นฐานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับตลาด ตลอดจนผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม จึงมีการวิจัยศึกษา

ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมทางด้านวิถีชีวิตของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ การผลิต การบริหารงานของกลุ่มธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม เพื่อหารูปแบบเฉพาะในการออกแบบให้กลุ่มกระติบข้าว บ้านยางคำ เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มสินค้าให้มีความโดดเด่น เกิดบุคลิกของสินค้าที่ดี มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นที่จดจำและประทับใจ กระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าในที่สุด

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาและพัฒนา รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับกลุ่มกระติบข้าวเหนียว

3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัยและผลงานที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาทฤษฎีประเด็นวิชาการดังนี้

3.1 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ นำเอาข้อมูลภาคเอกสารมาวิเคราะห์หารูปแบบ ซึ่งต้องคำนึงถึง ความพึงพอใจให้ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาลูกค้า ผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะเกิดการตัดสินใจซื้อมีการยอมรับในราคานี้ ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยภาพลักษณ์ที่สร้างความประทับใจ [2]

3.2 ด้านการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลให้เกิดพฤติกรรมซื้อระหว่างการตัดสินใจ [3]

4. วิธีการดำเนินงานและเครื่องมือที่ใช้

ในการดำเนินการวิจัย การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มกระติบข้าว บ้านยางคำ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดขอนแก่น มีวิธีการดำเนินงานโดย

4.1 มีการวิจัยเชิงเอกสาร โดยค้นคว้าและศึกษาข้อมูลจากเอกสารจากการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตเพื่อทราบประเด็นปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิม กลุ่มเป้าหมายด้านการตลาด/ด้านวัตถุประสงค์/ด้านการผลิต/การบริหารจัดการภายในกลุ่ม (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 แสดงการลงพื้นที่ในการศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้น

4.2 การค้นคว้าข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตพร้อมการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) [4] โดยการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมจักสาน ประชานและสมาชิกกลุ่ม ทั้งจากภาครัฐและเอกชน ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ความชำนาญ รวมจำนวนทั้งสิ้น 15 คน (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แสดงการลงพื้นที่ในการหาข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก

4.3 การวิเคราะห์ สังเคราะห์จากการระดมความคิดเห็นด้วยเครื่องมือทางการวิจัย การสัมภาษณ์ การทดลอง การประเมินผลการสังเกต กระบวนการสร้างสรรค์ จากนั้นวิจัยของโครงการและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการสำรวจภาคสนาม โดยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิโดยรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม อันนำมาสู่การพัฒนาสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดขอนแก่น(ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 แสดงการออกแบบ การสร้างแรงบันดาลใจด้วยแนวคิด”วัฒนธรรมการกิน”

4.4 การประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัยเป็นขั้นตอนของการตรวจสอบรูปแบบ เพื่อให้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน และสื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการร่วมกันระดมความคิดเห็นจากข้อมูลที่ได้รวบรวมมาประกอบกับปัญหาต่างๆ ด้านการตลาดโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัยด้านศิลปกรรม(ศิลปะและวัฒนธรรมพื้นถิ่น) จากแนวทางการพัฒนาด้านรูปแบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และสร้างภาพจำลอง(ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์)เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสัมภาษณ์นั้นจะใช้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับหาข้อมูลของความคิดเห็นรูปลักษณ์ ผลิตภัณฑ์และด้านบรรจุภัณฑ์จากสินค้าต้นแบบทั้งหมดรวม 1 ชุด (3 ขนาด) สามารถแยกผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ได้ 3 รูปแบบ โดยใช้แนวคิดของการออกแบบจาก”วัฒนธรรมการกิน” (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 แสดงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัย

4.5 การสร้างรูปแบบรูปแบบสินค้าไม้ตะวัน จากแนวคิด “วัฒนธรรมการกิน” ที่เป็นวิถีชีวิตของคนอีสานในสังคมการอยู่ร่วมกันของความเป็นครอบครัวได้ 3 รูปแบบ แบบที่หนึ่ง “ชุดกระต๊อบเดี่ยว” ยึดแนวคิดการพัฒนาจากสินค้าดั้งเดิมโดยการนำมาเรียงซ้อนกัน ลักษณะการใช้งานแบบครบชุด รุ่นราคาแบบประหยัด แบบที่สอง “ชุดกระต๊อบชุดของฝาก” มีรูปแบบสมัยใหม่ หรูหรา มีคุณค่าสวยงามอยู่ในระดับไฮคลาสเน้นสังคมระดับสูง แบบที่สาม “ชุดกระต๊อบชุดปิกนิก” สำหรับครอบครัวไว้ปิกนิกหรือร้านค้าที่ขายยกชุดเป็นเซต แยกชุดได้เป็น ชิ้น พร้อมฝาปิดเปิดภายใน ห่อหุ้มด้วยกล่องเก็บยกชุด(ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 แสดงการลงพื้นที่เพื่อนำเสนอผลงานการออกแบบและปรับปรุง สร้างต้นแบบ

4.6 การทดลองตลาด จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ด้วยการผลิตชุดต้นแบบทดลองตลาด 1 ชุด สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจงาน กรณีความคิดเห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ที่จัดจำหน่ายด้วยแนวคิดของการออกแบบจาก “วัฒนธรรมการกิน” ในด้านประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ที่มีผลต่อการเพิ่มรายได้ของชุมชนบ้าน (ภาพที่ 6, 7)



ภาพที่ 6 แสดงการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 7 แสดงผลงานการออกแบบจากแนวคิดวัฒนธรรมการกิน

5. ผลการศึกษา

การแสดงผลการศึกษาของวิจัยจากวิเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

5.1 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่เหมาะสมและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กระต๊อบข้าวเหนียวในด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของบ้านอย่างค่าที่มีต่อการเพิ่มรายได้ของชุมชนบ้านอย่างค่า ผลการศึกษาของนักวิจัยนั้น ในการออกแบบมีบทบาทอย่างยิ่งที่จะช่วยให้สินค้าที่ได้รับการพัฒนาและให้สามารถแข่งขันในด้านการตลาดผลิตภัณฑ์จักสานและยกระดับมาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับได้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มไม้ตะวันมีรูปแบบที่ความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยใช้แนวคิดการออกแบบจาก “วัฒนธรรมการกิน” ที่เป็นวิถีชีวิตของคนในสังคมการอยู่ร่วมกันของความเป็นครอบครัวโดยเน้นรูปแบบความร่วมมือสามารถแยกผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ได้ 3 รูปแบบ

แบบที่หนึ่งแนวคิดกระต๊อบเดี่ยว: สามารถแยกชิ้นและการเก็บรักษาในรูปแบบวางซ้อนกัน โดยยึดแนวทางการพัฒนาจากสิ่งที่เป็นดั้งเดิมโดยการนำมาเรียงซ้อนกัน ลักษณะของการใช้งานแบบครบชุดแบบเหมือนซื้อหนึ่งแถมสามฉะนั้นในความรู้สึกรู้สึกคุ้มค่า

แบบที่สองแนวคิดกระต๊อบชุดของฝาก: สามารถแยกชุดได้เป็น 3 ชุดพร้อมฝาปิดเปิดและห่อหุ้มด้วยชุดหิ้วโดยลักษณะนี้ให้ความรู้สึกคุณค่า ความภูมิใจของการเป็นเจ้าของผู้ผลิตกำลังทำงานที่ไม่ได้ใช้แรงงานแต่ผู้ผลิตกำลังตั้งความเป็นศิลปิน นักออกแบบมาสร้างสรรค์ผลงานที่ทรงคุณค่า มีราคา หาซื้อยากและเป็นงานที่ใช้เวลาจึงเหมาะกับลักษณะของฝากโดยลักษณะจะเป็นเหมือนปีนโตแต่มาในลักษณะใหม่ของการสานที่ผู้บริโภคสามารถถือ หิ้วได้ ในการใช้งาน

แบบที่สามแนวคิดกระต๊อบชุดปิกนิก : สามารถแยกชุดได้เป็น 4 ชุดพร้อมฝาปิดเปิดและห่อหุ้มด้วยกล่องเก็บยกชุดโดยชุดปิกนิกนี้สามารถพกพาหรือเป็นลักษณะของสารพัดที่เป็นชุด รูปทรงเรียบง่าย มีความละเอียดของการสาน มีชั้นนอก ชั้นใน การเก็บรักษาทั้งความร้อน คุณภาพ ภาพลักษณ์ที่มีคุณค่าสามารถสร้างบุคลิกให้กับสินค้าที่โดดเด่นทั้งยังสามารถผลิตเป็นจำนวนมากเพื่อส่งต่อจากร้านค้าหรือโรงแรมดังนั้นรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มีความแปลกใหม่โดดเด่นกว่าสินค้า ผลแบบกระต๊อบชุดปิกนิกที่สรุปโดยรวมในด้านของรูปแบบจากนักท่องเที่ยวในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ลูกค้ายอมรับมากู้จักเพราะเป็น สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของขอนแก่น กลุ่มเป้าหมายผู้ที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลางวัยทำงานและผู้สูงอายุทั่วไปใครก็ได้ที่ชอบงานจักสานลูกค้านักท่องเที่ยวไปคนทำงานทั่วไปเงินเดือนปานกลางข้าราชการเพราะสินค้ามี

ความงาม คุณค่าที่คงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นท่านพอใจสินค้าระดับหนึ่ง ให้ความรู้สึกรักซื้อทีเดียวแล้วหลายอันแล้วมีการใช้งานที่ดีและประหยัดการวางวัสดุดิบที่นำมาเป็นเอกลักษณ์

5.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายใหม่ ด้านการตลาดในการตัดสินใจที่มีผลให้เกิดพฤติกรรมซื้อระหว่างการตัดสินใจซื้อที่สามารถขยายกลุ่มลูกค้ากว้างขึ้นโดยเจาะกลุ่มที่หลากหลายเป็นระบุด้านการทำงาน หน่วยงานราชการ องค์กร หน่วยงานต่างๆที่มีรายได้มากของสายอาชีพของลูกค้า ด้านราคาและปริมาณการผลิตต่อหนึ่งหน่วยจำหน่าย สามารถปรับราคาให้สอดคล้องกับสินค้าในสภาวะปัจจุบัน ด้านการผลิต จากการผลิตต้นแบบที่นำร่องในการทดลองตลาดที่ต้องการและคำนวณต้นทุนในการผลิตของสินค้าแต่ละประเภทต้นทุนต่อหน่วย ราคาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากแนวคิดวัฒนธรรมการกิน แบบกระดืบเดี่ยว ราคาต่อ 1 ชุด/ปลีก 295 บาท /ส่ง 250 บาท .แบบกระดืบของฝาก ราคาต่อ 1 ชุด/ปลีก 1,200 บาท/ ส่ง 1,000 บาท แบบกระดืบชุดปิกนิก ราคาต่อ 1 ชุด/ปลีก 1,200 บาท/ ส่ง 1,000 บาท

6. สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

สรุปจากการการวิจัยจะเห็นว่าทั้งผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้สนใจงานหัตถกรรมจักสานและผู้เชี่ยวชาญได้ให้บทสรุปของการสร้างสินค้าขึ้นผู้วิจัยจึงเห็นแนวทางของการสร้างสินค้าถ้ากลุ่มที่มีศักยภาพที่มารวมสร้างสินค้าโดยการผลิตสินค้าของงานแบบดั้งเดิมหรือแบบที่มีอยู่แล้วให้ได้รับการพัฒนาขึ้นมาระดับหนึ่งแต่ราคายังใกล้เคียงกับของเดิมคือรุ่นกระดืบเดี่ยว ต่อมาการสร้างสินค้าในระดับที่สูงขึ้นมาเรียกว่าสินค้าพิเศษหรือรุ่นสั่งทำดังจะเห็นในกระดืบของฝากและกระดืบปิกนิกซึ่งในรายละเอียดจะเห็นการสร้างงานที่เน้นงานฝีมือ คุณภาพการสาน ระยะเวลาในการสร้างงาน รูปแบบที่ไม่เหมือนใครในท้องตลาด และกลุ่มสินค้าที่ต้องการอนุรักษ์ ตลอดจนความหลากหลายของสินค้า ที่มีคุณค่าความงามและยังมีประโยชน์ใช้สอยตั้งผลงานของศิลปิน ความรู้สึกของผู้ผลิตที่ภาคภูมิใจที่สร้างขึ้น จากผลงานเหล่านี้ นำพามาตรฐานของกลุ่มไปอีกระดับหนึ่งดังเช่น ไปเป็นวิทยากร เป็นชุมชนต้นแบบที่มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ไปออกงานในการประชุมระดับชาติและนานาชาติในการสร้างผลิตภัณฑ์ ไปเป็นครู ผู้สอนในรายวิชาสำหรับนักเรียนในระดับมัธยมของชุมชนนั้นๆในการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

ควรสนับสนุนเรื่องการตรวจวิเคราะห์และการรับรองคุณภาพ แหล่งทุนในพื้นที่ ด้านการผลิตสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืนของชุมชนและไม่เกิดการลอกเลียนแบบสินค้าที่ใกล้เคียงกัน ในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร สิ่งปั้งชี้ทางภูมิศาสตร์ อีกทั้งเปิดโอกาสในการศึกษาดูงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งด้านธุรกิจ ด้านการออกแบบ ด้านกลุ่มผู้ประกอบการใน

งานใกล้เคียงกันอย่างมีระบบและเป็นขั้นตอนสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีส่วนจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองเพื่ออำนวยความสะดวกและมีการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพในการนำมาจำหน่ายที่มีมาตรฐาน พร้อมจัดทำการศึกษาประชาสัมพันธ์ แหล่งจำหน่าย ท่องเที่ยว คู่มือเอกสาร ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของนักวิชาการผู้ประกอบการ หน่วยงานสนับสนุน ไม่ว่าจะของรัฐบาลหรือเอกชนตลอดจนมหาวิทยาลัยต่างๆที่เข้ามาสนับสนุนงานด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้าง กระตุ้น ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของงานหัตถกรรมจักสานในรูปแบบต่างๆ ให้กลุ่มผู้ประกอบการตรงความต้องการอย่างถูกต้องวิธี เหมาะสม และยั่งยืน

8. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยภายใต้โครงการนักวิจัยใหม่ 2553 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ สำนักบริหารการวิจัยสำนักบริหารการวิจัย ที่ได้จัดโครงการพัฒนานักวิจัยใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้และขอขอบพระคุณ รศ.ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ,ผศ.จรัญ ชัยประทุม,ดร. ดลฤทัย โกวรรณะกุล,ผศ.วาริน บุญญาพิพิธพงศ์ ที่ให้ข้อเสนอแนะ กระบวนการที่ถูกต้อง และขอขอบคุณกลุ่มกระดืบข้าวบ้านยางคำหมู่ที่ 13 อันมีส่วนร่วมที่สำคัญในการให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น เทคนิคต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในศักยภาพของนักวิจัยในการนำผลงานวิจัยไปสู่การเผยแพร่ในระดับสากลและการนำไปสู่ความก้าวหน้าทาง วิชาการและสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อการเรียนการสอน การบริการวิชาการ แก่สังคมและชุมชนต่อไป

9. การอ้างอิง

- [1] นवलน้อย บุญวงษ์. **หลักการออกแบบ**, 2542. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2548. **กลยุทธ์สื่อการตลาด** กรุงเทพฯ, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุเรก้า
- [3] ณัฐยา ลินตระกูลผล. 2551. **ต้นแบบนักคิดนวัตกรรม**, กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- [4] พรเทพ เลิศเทวศิริ. 2545. **Design Education** รวมบทความและรายงานการวิจัยศาสตร์แห่งการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.