

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากผ้าไหมแพรวาบ้านโปง อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 3 ขนาด คือ กระเป๋ากขนาดเล็ก กระเป๋ากกลาง และกระเป๋ากขนาดใหญ่ ซึ่งผลิต 3 รูปทรง คือ รูปทรงกลม รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงอิสระ รวมกระเป๋ากทั้งหมดจำนวน 9 ใบ ในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่สนใจและเข้าชมผลิตภัณฑ์กระเป๋ากในร้านแอทแพรวา (@PREAWA) สวนจตุจักร โครงการ 26 ซอย 1/1 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากผ้าไหมแพรวาบ้านโปง อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา ลักษณะคำตอบเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามซึ่งมีค่า 0.5 ขึ้นไป จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบความพึงพอใจ โดยใช้สถิติที (t test) และเปรียบเทียบโดย

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance--ANOVA) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe'

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วน จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการดำเนินการตามขั้นตอนพัฒนาอย่างมีระบบจำนวน 3 ขนาด คือ กระเป๋าขนาดเล็ก กระเป๋ากลาง และกระเป๋าขนาดใหญ่ ซึ่งผลิต 3 รูปทรง คือ ทรงกลม ทรงสี่เหลี่ยม และทรงอิสระ ออกแบบโดยนำผ้าไหมแพรวาส่วนลายหลักมาตัดต่อสลับกับผ้าพื้น และใช้หนังวัวเป็นวัตถุดิบประกอบส่วนสายกระเป๋า ส่วนวัตถุดิบที่เป็นองค์ประกอบอื่น ๆ เลือกใช้ตามความเหมาะสมของกระเป๋าแต่ละแบบ ขั้นตอนการผลิตเหมือนกับการผลิตกระเป๋าหนัง ในด้านประโยชน์ใช้สอยเน้นให้มีความเหมาะสมตามการใช้งาน และด้านราคาเหมาะสมตามขนาดของกระเป๋า

2. สถานภาพทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 72.5) มีอายุ ระหว่าง 31-45 ปี (ร้อยละ 39.5) การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 50.0) มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ (ร้อยละ 53.5) มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 58.5) เหตุจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไทย ส่วนใหญ่พิจารณาด้านสีสันทนและลวดลายสวยงาม (ร้อยละ 82.0)

3. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วน จังหวัดกาฬสินธุ์ที่ได้พัฒนาขึ้น พบว่า ในภาพรวม และรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 3 รูปแบบ และ 3 รูปทรง

3.1 กระเป๋าขนาดเล็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมรูปทรงอิสระมีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.14$) ด้านรูปแบบมีความพึงพอใจการจัดวางตำแหน่งลวดลายสมคูลเหมาะกับรูปแบบกระเป๋า ($\bar{X} = 4.17$) ด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจ

กระเป๋าปิด-เปิด สะดวก ($\bar{X} = 4.39$) และด้านราคามีความพึงพอใจที่มีราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไทย ($\bar{X} = 4.37$)

3.2 กระเป๋าขนาดกลาง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมรูปทรงอิสระ มีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) ด้านรูปแบบมีความพึงพอใจรูปแบบกระเป๋าเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อจำหน่าย ($\bar{X} = 4.40$) ด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจกระเป๋าปิด-เปิด สะดวก ($\bar{X} = 4.41$) และด้านราคามีความพึงพอใจที่มีราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไทย ($\bar{X} = 4.35$)

3.3 กระเป๋าขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมรูปทรงอิสระ มีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) ด้านรูปแบบมีความพึงพอใจการจัดวางตำแหน่งลวดลายสมมูลเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า ($\bar{X} = 4.34$) ด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจกระเป๋า ปิด-เปิด สะดวก ($\bar{X} = 4.39$) และด้านราคามีความพึงพอใจที่มีราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไทย ($\bar{X} = 4.25$)

4. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา พบว่า

4.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกระเป๋า 3 ขนาด และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

4.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกระเป๋า 3 ขนาด และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าภาพรวมกระเป๋าขนาดเล็ก กลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 31-45 ปี และกลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี กระเป๋าขนาดกลางและขนาดใหญ่กลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี และอายุไม่เกิน 30 ปี

4.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกระเป๋า 3 ขนาด และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าภาพรวม ผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

4.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกระเป๋า 3 ขนาด และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าภาพรวมผู้บริโภคที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจสูงกว่าอาชีพอื่น ๆ

4.5 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อกระเป๋า 3 ขนาด และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มรายได้อื่น ๆ ในกระเป๋าขนาดเล็ก และขนาดกลาง

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผลผลิตภัณฑกระเป๋าจากผ้าไหมแพรวาบ้านโปชนอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับมากทุกขนาด และทุกรูปทรง เนื่องจากมีรูปแบบที่สวยงามตามความนิยม มีประโยชน์ใช้สอยและราคาเหมาะสม เนื่องจากเป็นการดำเนินการตามขั้นตอนพัฒนาอย่างมีระบบ ออกแบบโดยนำผ้าไหมแพรวาส่วนลายหลักมาตัดต่อสลับกับผ้าพื้น ผ่านขั้นตอนการประเมินและเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ก่อนการผลิตต้นแบบจริงและทดสอบตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ ออกแบบกระเป๋าให้มีขนาด และรูปทรงที่สามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้โอกาสการประสบความสำเร็จในตัวผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้อาจเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนาวลัย พรหมเสน (2547) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ เสนอแนะให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่พยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมแพรวาไว้โดยการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ควรนำกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ เพื่อทำให้ผ้าไหมแพรวาสามารถแข่งขันและรักษาส่วนครองตลาดเอาไว้ได้

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวาบ้านโปชนอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์นั้น ผลการวิจัยตามสมมติฐาน มีดังนี้ เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่า ทั้งในด้าน

รูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา อาจเพราะเพศหญิงโดยทั่วไปแล้วมีความสนใจในเรื่องความสวยงาม เน้นเรื่องแฟชั่นการแต่งกาย มักตัดสินใจซื้อสินค้าโดยพิจารณาอย่างรอบคอบในทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ ศรี โยวงส์ (2546) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มักพิจารณาอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจซื้อ ทั้งตลาดยาสีเส้น รวมถึงชื่อเสียงที่มีมานาน แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจจึงควรผลิตให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในทุก ๆ ด้านอย่างครบถ้วน

ผู้บริโภคทุกกลุ่มอายุมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าในระดับมากทุกขนาด และทุกด้าน กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อาจเพราะกระเป๋าผ้าไหมโดยส่วนใหญ่จะเหมาะกับผู้หญิงวัยผู้ใหญ่เมื่อใช้แล้วดูภูมิฐานเหมาะสมกับโอกาสการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงนา นุ่มหันธ์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง *ความคิดเห็นที่มีต่อเสื้อโอกาสปกติที่ตกแต่งด้วยผ้าตีนจกหาดเสี้ยว จังหวัดอุทัยธานี* พบว่า กลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีความชอบและนิยมซื้อผ้าไหมไทย อาจเนื่องมาจากเป็นวัยทำงานที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานมั่นคง เห็นความสำคัญของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าไทยเพื่อให้เป็นแบบอย่างแก่ผู้ร่วมงานในกลุ่มอายุอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุรงค์ สิทธิ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้าไทยของหญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร* ในด้านบทบาททางสังคมให้ความสำคัญในเรื่องการซื้อเพราะสวมใส่แล้วภูมิฐาน สมตำแหน่ง และซื้อเพราะต้องการสร้างความเป็นผู้นำในการใช้ผ้าไทย

ผู้บริโภคทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจทุกผลิตภัณฑ์กระเป๋าในระดับมากทุกขนาด และทุกด้าน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งผู้เข้าชมผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นวัยผู้ใหญ่ที่ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย มีระดับการศึกษาไม่สูงนักหากแต่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา สอดคล้องกับ วรรณิภา โพนะทา (การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 4 กันยายน 2552) เจ้าของธุรกิจจัดจำหน่ายผ้าไหมแพรวาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จบการศึกษาระดับประถมศึกษา แต่เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมแพรวาจนเป็นที่ยอมรับ เมื่อพิจารณาภาพรวมทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจมากเหมือนกัน เพราะในปัจจุบันผลิตภัณฑ์

ผ้าไทยนั้นได้รับการส่งเสริมให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สำหรับกลุ่มอาชีพ ผู้บริโภคในทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจทุกผลิตภัณฑ์กระเป๋าในระดับมาก ทุกขนาด และทุกด้าน โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เพราะเป็นกลุ่มอาชีพที่มักเลือกซื้อสินค้าที่มีรูปแบบแปลกใหม่ สีสด และลวดลายสวยงาม มีประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพที่คุ้มค่ากับราคาของสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยจรูญภา สนตะคุ (2548) ที่ศึกษาเรื่อง *กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท เพื่อเป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของลวดลาย และมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่าทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจมากเหมือนกัน เนื่องมาจากผลิตภัณฑ์สินค้าไทยได้รับการส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนารูปแบบตลอดจนคุณภาพอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่ยอมรับ ครอบคลุมทุกกลุ่มอาชีพ

ผู้บริโภคทุกกลุ่มรายได้มีความพึงพอใจทุกผลิตภัณฑ์กระเป๋าในระดับมาก ทุกขนาด และทุกด้าน โดยผู้ที่มีรายได้เกินกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้อื่น ๆ เนื่องมาจากส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีอำนาจในการตัดสินใจและกำลังการซื้อสูง พิจารณาทั้งในเรื่องรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคาอย่างครบถ้วน และมองความเป็นไปได้สำหรับการตลาดเพื่อจัดจำหน่าย อีกทั้งผ้าไหมแพรวาเป็นผ้าที่มีราคาค่อนข้างสูง ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภชัย สิงห์ยะบุศย์ และคนอื่น ๆ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง *รูปแบบศิลปะและการจัดการผ้าทอที่ส่งผลต่อความเข้มแข็ง และการพึ่งตนเองของชุมชนท้องถิ่น: ศึกษากรณีผ้าไหมแพรวาสายวัฒนธรรมผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์* พบว่า ผ้าไหมแพรวาแต่ละแบบสอดคล้องกับผู้บริโภคแตกต่างกันไป โดยผ้าแพรวาราคาสูงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ โดยเฉพาะผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารวี ธีการณภาส (2548) ที่ศึกษาเรื่อง *พฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไทย* พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเรื่องเหตุจูงใจในการซื้อ

ผลิตภัณฑ์ ความถี่ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง และการแก้ปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์
ผ้าไทย



ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอ-
คำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยมีแนวคิดเป็นข้อเสนอแนะในการปฏิบัติให้เกิดประโยชน์
2 แนวทาง ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรออกแบบในส่วนของสายกระเป๋าให้มีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย
ของกระเป๋าแต่ละแบบ กระเป๋าขนาดเล็กควรมีการออกแบบเพิ่มให้มีสายกระเป๋าสำหรับ
คล้องสะพายบ่า เพื่อให้สามารถใช้งานได้หลายโอกาสขึ้น กระเป๋าขนาดกลางและขนาดใหญ่
ควรเลือกใช้สายกระเป๋าให้มีความสวยงามเหมาะสมและสอดคล้องกับประโยชน์การใช้งาน
2. ตำแหน่งการติดหมุดกั้นกระเป๋าควรมีการเว้นระยะห่างที่พอดีเหมาะสม
เพื่อให้กระเป๋าสามารถวางตั้งตรงได้อย่างสมดุลไม่เอนเอียง
3. ควรเลือกใช้วัสดุคิบนที่นำมาประกอบกระเป๋า อะไหล่ประกอบต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
เช่น หมุดกั้นที่นำมาใช้ควรมีขนาดความเล็ก-ใหญ่ที่สมดุลกับขนาดกระเป๋า
4. เลือกผู้ผลิตที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิตต้นแบบกระเป๋า
เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประณีต และสวยงาม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าควรมีการศึกษาการเลือกใช้วัสดุคิบนเสริม และ
วัสดุคิบนประกอบให้มีความเหมาะสมกับกระเป๋าแต่ละรูปแบบ
2. ควรมีการศึกษารูปแบบ วัสดุคิบนที่นำมาใช้ผลิต ขนาดกระเป๋า และวิธีการผลิต
จากแบรนด์กระเป๋าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

3. ควรทำการศึกษากับผู้บริโภคกลุ่มอื่น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อประโยชน์ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมแพรวาเพื่อการส่งออก
4. ควรทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวาในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผ้าไหมแพรวา
5. ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบอื่น ๆ จากผ้าไหมแพรวา เช่น ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน และของที่ระลึก เป็นต้น