

การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์ผักตบชวาจักสานกับวัสดุอื่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวากับวัสดุอื่น เพื่อประยุกต์ให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ และศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวาที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวาในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพฯ เลือกรูปแบบตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเจาะจงโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ตอบแบบสอบถามความต้องการในการประยุกต์ผักตบชวากับวัสดุอื่น จำนวน 100 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จำนวน 100 คนและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 คน เพื่อตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามความต้องการในการประยุกต์ผักตบชวากับวัสดุอื่น แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบบสอบถามความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ขั้นตอน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for windows 9.0ประมวลผล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ความต้องการจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แนวทางการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวา เน้นที่รูปแบบและรูปทรงผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 54.3 ชื่นชอบผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวาชนิดย้อมสี/เคลือบเงา ร้อยละ 66.9 เห็นควรประยุกต์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวากับวัสดุอื่น ร้อยละ 75.00 และผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวาเมื่อนำมาประยุกต์กับหนังแท้เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มากที่สุด ร้อยละ 39.6 ต้องการประยุกต์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวาลายสก็อต มากที่สุด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานผักตบชวาประเภทกระเป๋าจากผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกได้แก่ แบบที่ 3 ค่าเฉลี่ย 5.00 แบบที่ 6 และ 8 ค่าเฉลี่ย 4.66 และแบบที่ 1 และ 11 ค่าเฉลี่ย 4.33

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวาประเภทหมวกจากผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกได้แก่ แบบที่ 2 ค่าเฉลี่ย 5.00 แบบที่ 8 ค่าเฉลี่ย 4.66 และแบบที่ 4 ค่าเฉลี่ย 4.33

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวาประเภทตะกร้าจากผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกได้แก่ แบบที่ 4 ค่าเฉลี่ย 5.00 แบบที่ 10 ค่าเฉลี่ย 4.33 และแบบที่ 7 ค่าเฉลี่ย 4.00

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ และ ความคิดเห็นของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวาในตลาดนัดสวนจตุจักรกรุงเทพฯ โดยเรียงตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์กระเป๋าได้แก่รูปแบบ ที่ 1 ค่าเฉลี่ย 4.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .50 และได้แก่รูปแบบ ที่ 5 ค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .51

ผลิตภัณฑ์หมวกได้แก่รูปแบบ ที่ 3 ค่าเฉลี่ย 4.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .52 และได้แก่รูปแบบ ที่ 3 ค่าเฉลี่ย 4.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .48

ผลิตภัณฑ์ตะกร้าได้แก่รูปแบบ ที่ 2 ค่าเฉลี่ย 4.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .49 และได้แก่รูปแบบ ที่ 2 ค่าเฉลี่ย 4.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .48

The objectives of this study were to study the consumers' demand in applying water hyacinth with other materials basketry format and to develop and make new format products from water hyacinth with other materials and to study the opinion in developed water hyacinth basketry products.

The participants in this study were water hyacinth basketry consumers and distributors at Jatujak Market that were chosen by purposive sampling and divided in 2 groups. The first was 100 water hyacinth basketry consumers who were asked to finish water hyacinth with other materials basketry applying requirement questionnaire. And the last was 100 water hyacinth basketry consumers and 100 water hyacinth basketry distributors who were asked to finish product questionnaire.

The instruments in this study were requirement in applying water hyacinth with other materials basketry questionnaire, product design and development specialist interview and questionnaire, 3 steps. And analyzed data with SPSS for window 9.0 to evaluate percentage, mean and standard deviation.

The conclusions of this study as follow :

unit 1 : The consumers' demand to consume water hyacinth basketry product by emphasis on product format and pattern 54.3%. Satisfying sort of dye/gloss water hyacinth basketry 66.9%. Approving of water hyacinth with other materials basketry applying 75.00% and applying water hyacinth basketry product with cuir could make the highest added-value. And 39.6% requiring to apply crossbarred waterhyacinth basketry.

unit 2 : The specialist's opinion with water hyacinth basketry bag by descending order. The 3 firstling were format 3 mean 5.00, format 6 mean 4.66 and format 1 mean 4.33, respectively.

The specialist's opinion with water hyacinth basketry bonnet by descending order. The 3 firstling were format 2 mean 5.00, format 8 mean 4.66 and format 4 mean 4.33, respectively.

The specialist's opinion with water hyacinth basketry basket by descending order. The 3 firstling were format 4 mean 5.00, format 10 mean 4.66 and format 7 mean 4.33, respectively.

unit 3 : The water hyacinth basketry consumers and distributors' at Jatujak Market opinion in order.

Bag product, format 1 mean 4.55, standard deviation .50 and format 5 mean 4.40, standard deviation .51

Bonnet product, format 3 mean 4.64, standard deviation .52 and format 3 mean 4.70, standard deviation .48

Basket product, format 2 mean 4.59, standard deviation .49 and format 2 mean ,4.70 standard deviation .48