

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งของผู้ผลิตสินค้า  
ชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ในเขตจังหวัดปทุมธานี

The design and development problem in Wear House and Decoration  
Group for One Tambon One Product Production Group (OTOP), Mini and  
Medium SMEs in Pathumthani Province.

คมสัน เรืองโกศล<sup>1\*</sup> และ จุฑามาศ เจริญพงษ์มาลา<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาศิลปะการออกแบบและเทคโนโลยี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
จังหวัดปทุมธานี 12110

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาในการออกแบบ เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการ OTOP 4 ราย และผู้ประกอบการ OTOP-SMEs 205 ราย ในเขตจังหวัดปทุมธานี เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ การสังเกต และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนาของกลุ่มประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ได้แก่ ใช้บ้านเป็นสถานที่ผลิตสินค้า ขาดความรู้เรื่องการออกแบบและการขนส่ง การสร้างสรรค์ ความสัมพันธ์ทางศิลปะ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ การตลาด กฎหมาย ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการ 4 ราย ได้แก่ กลุ่มดอกไม้ผ้าใยบัว กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม กลุ่มโคมไฟไม้ไผ่ มีปัญหาเรื่องการย้อมสีวัสดุ กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย/ดินญี่ปุ่น มีปัญหาในเรื่องดินปั้น ผู้วิจัยได้นำปัญหาไปวิเคราะห์ ทดลอง และสรุปผลที่ได้นำไปถ่ายทอดเทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ไปผลิตสินค้าได้สวยงามลดต้นทุนการผลิตเป็นที่พึงพอใจของผู้ประกอบการ

### Abstract

This research aimed to study and analyse conditions and problems in designing and developing household and decorative products of One Tambon One Product (OTOP) small and medium enterprises (SMEs) in Pathumthani province. The informants were 4 OTOP entrepreneurs and 205 OTOP SMEs. The research was conducted by means of interviews, observations and questionnaires. The data was statistically analysed using frequency, percentages, mean, and standard deviation. The results showed that conditions and problems in designing and developing household and decorative OTOP products ranged from home-based production site, a lack of knowledge in product design and development, transportation, creativity, artistic relations, product specifications, marketing, to product design and development laws. Four entrepreneurs from these groups of products: lotus-fiber flowers, silk flowers, and bamboo lamps, were found to have the problem of dyeing materials whilst those from the group of Thai/Japanese clay flowers had the problem of clay. The researcher had analysed, piloted and concluded the problems, and then passed on product development techniques to the entrepreneurs. It was found that they could use the given knowledge to make beautiful products and they satisfied with the reducing cost of production.

**คำสำคัญ** : การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของใช้ของตกแต่งบ้าน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

**Keywords** : Product design and development, Decoration ware., OTOP.

\*ผู้นิพนธ์ประสานงานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ [kom\\_r555@hotmail.com](mailto:kom_r555@hotmail.com) โทร. 0 2549 3278 และ 08 6782 9029

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไว้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (มูลนิธิชัยพัฒนา. 2550 : 8)

สินค้าชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเพื่อการจัดจำหน่าย เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการ โดยมีจุดมุ่งหมายในการที่จะยกระดับมาตรฐานสินค้าให้มีความเป็นมาตรฐานในระดับสากล และการส่งออก จังหวัดปทุมธานี มีผลผลิตหลายด้านโดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนจากการแปรรูปเป็นขบวนการสร้างรายได้ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเองเป็นหลัก

จากเหตุดังกล่าว เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และ SMEs ในเขตจังหวัดปทุมธานี ให้มีความเข้มแข็งในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยเฉพาะด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนทั้งแนวความคิดสร้างสรรค์ และมีความสำคัญต่อการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP หรือ SMEs สามารถนำความรู้ทักษะ แนวความคิด ทฤษฎี ตลอดจนทั้งแนวทางปฏิบัติไปใช้ อีกทั้งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า การสร้างอาชีพใหม่ เพื่อก่อประโยชน์ต่อบุคคล ครอบครัว จนถึงสังคม ให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม . 2545 : 3-5) ได้กล่าวว่า จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรม สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาสินค้าชุมชนท้องถิ่นให้มีศักยภาพในการผลิต ผู้วิจัยจึงดำเนินการศึกษาเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งของผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแนวคิดในลักษณะที่ยั่งยืน การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้ได้แพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลกและนำชื่อเสียงมาสู่จังหวัดและประเทศชาติ ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ กลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดปทุมธานี

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 เป็นการศึกษาสภาพปัญหาแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาศึกษาและพัฒนา ทบทวนสถานการณ์ของปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.3.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดปทุมธานี

## 2. วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการศึกษา ดังต่อไปนี้

### 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

- ประชากร ประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดย่อม ในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ในเขต จ. ปทุมธานี

#### กลุ่มตัวอย่าง

- ได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ตามตารางคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 : 608 - 609) ดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างแรก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งในเขต จ. ปทุมธานี จำนวน 4 ราย ได้แก่

1) คุณ นิคม อรุณรัตน์ 2) คุณ พะเยาว์ กลั่นประสิทธิ์ 3) คุณ ณัฐวดี อัยยะวรากุล 4) คุณ พรรณี เปรมจิตต์

- กลุ่มตัวอย่างที่สอง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดย่อมในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งในเขต จ.ปทุมธานี จำนวน 205 ราย

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือในการสำรวจ (Survey Method) ปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้กรอบแนวคิดของ สาคร์ คันธโชติ (2527: 34-36)

แบบที่ 1 แบบสัมภาษณ์ (Interview) ใช้สำหรับศึกษาแนวความคิดและปัญหาในการดำเนินงานการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานการณ์ เป็นแบบชนิดเลือกตอบ (check list)

ตอนที่ 2 ใช้ศึกษาข้อมูลสภาพปัญหาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวนสินค้าที่ผลิตมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นแบบชนิดปลายเปิด (open - ended)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบชนิดปลายเปิด (open - ended)

แบบที่ 2 การสังเกต (Observation) ใช้ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ราย มาทำการศึกษานาตสดส่วน สี วัสดุ กรรมวิธีการผลิต แนวความคิดที่ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย บันทึกข้อมูลในรูปแบบตาราง อุปกรณ์ที่ใช้

ประกอบด้วย กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องมือวัดอย่างละเอียดเวอร์เนีย (Vernier) ไม้บรรทัด(Ruler) ตลับเมตร สมุดบันทึก อุปกรณ์บันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ และคอมพิวเตอร์ชนิดนำพา (Note Book หรือ Laptop)

แบบที่ 3 แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้ศึกษาสภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม OTOP และ กลุ่ม SMEs แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (check list)

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับสภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP และ SMEs เป็นแบบชนิดเลือกตอบ (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นแบบชนิดปลายเปิด (open – ended)

## 2.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

2.3.1 ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเกี่ยวกับเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย โดยค่าความเที่ยงตรงของดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) เกี่ยวกับข้อคำถามแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

กรณีมีความสอดคล้องจะให้ค่าเป็น “+1”

กรณีไม่มีความสอดคล้องจะให้ค่าเป็น “-1”

และในกรณีที่ไม่แน่ใจจะให้ค่าเป็น “0”

ความเที่ยงตรงมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม และถ้ามีค่าน้อยกว่า 0.5 ถือว่าเครื่องมือนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ผลการตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือวิจัย โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นว่าเป็น

แบบที่ 1 แบบสัมภาษณ์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94

แบบที่ 2 การสังเกต มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.91

แบบที่ 3 แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95

2.3.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญมาพิจารณาดำเนินการแก้ไขแบบประเมินหาประสิทธิภาพ ก่อนนำแบบประเมินไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

## 2.4 การเก็บข้อมูล

2.4.1 แบบที่ 1 แบบสัมภาษณ์ และแบบที่ 2 แบบสังเกต ใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 คน การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และใช้ผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลการสังเกต เป็นกรณีศึกษาที่ใช้เพื่อการออกแบบและพัฒนา โดยติดต่อหน่วยงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี ช่วยในการประสานงานติดต่อ

2.4.2 แบบที่ 3 แบบสอบถาม ใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 205 คน การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้ผู้ช่วยในการเก็บข้อมูล และติดต่อหน่วยงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี ช่วยในการประสานงานติดต่อผู้ประกอบการโดยการนัดหมายวัน-เวลา ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกเครื่องมือพร้อมเก็บข้อมูลร่วมกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานพัฒนาชุมชน

## 2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบที่ 1 แบบสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในรูปแบบตารางวิเคราะห์ในลักษณะข้อเหมือนและแตกต่าง นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและแปรผลโดยการบรรยายในลักษณะความเรียง

แบบที่ 2 การสังเกต ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิต การศึกษาขนาดสัดส่วน (กว้าง x ยาว x สูง) สี วัสดุ กรรมวิธีการผลิต แนวความคิด และการถ่ายภาพบันทึกในรูปแบบ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ในรูปแบบตารางเปรียบเทียบ แปรผลโดยการบรรยายในลักษณะความเรียง

แบบที่ 3 แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบมาประมวลผลหาค่าความถี่ (Frequency) และนำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ประเมินสภาพปัญหาของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การหาค่าเฉลี่ย มัชฌิมเลขคณิต (Mean) และหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำมาวิเคราะห์ผลในลักษณะตารางเปรียบเทียบ แปรผลโดยการบรรยายแบบความเรียง คะแนนเฉลี่ยความคิดแต่ละช่วงเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อมูลจากการใช้แบบประเมินค่าชนิด 5 ระดับของ Likert ดังนี้ (Weigel & Newman, 1976)

ระดับคะแนน	4.50-5.00	หมายถึง	ระดับ	มากที่สุด
ระดับคะแนน	3.50-4.49	หมายถึง	ระดับ	มาก
ระดับคะแนน	2.50-3.49	หมายถึง	ระดับ	ปานกลาง
ระดับคะแนน	1.50-2.49	หมายถึง	ระดับ	น้อย
ระดับคะแนน	1.00-1.49	หมายถึง	ระดับ	น้อยที่สุด

### 3. ผลการทดลองและวิจารณ์ผล

#### 3.1 ผลการศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ดังนี้

ผลการวิจัย โดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนา ดังนี้

ปัญหาเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการ 4 ราย ไม่แน่ใจว่าสิ่งที่ทำตรงเป้าหมายของการออกแบบและพัฒนา หรือไม่เพราะ ใช้จากประสบการณ์ที่ตนมี คิดว่ามีความเข้าใจเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะได้ศึกษาหาความรู้จากแหล่งต่างๆ และได้ผ่านการอบรมด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล แต่ไม่แน่ใจว่าใช้วิธีดังกล่าวหรือไม่ เทคนิคที่นิยมใช้มากที่สุดคือการสอบถาม การทดลอง การสังเกต การสัมภาษณ์ อินเทอร์เน็ต เอกสาร ตำรา ใช้วิธีการกำหนดลักษณะจำเพาะทางเทคนิคผลิตภัณฑ์โดยการทดลองทำผลิตภัณฑ์ ใช้เทคนิคการสังเกตแบบง่ายๆ ให้เกิดประโยชน์กับการใช้งาน และรับฟังคำติชมของลูกค้า

การกำหนดแนวความคิด (Concept) จะดูความต้องการของลูกค้า กับสังเกตผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในท้องตลาดพิจารณาจากวัตถุดิบ ความสามารถในการผลิต ราคา เป็นรายกรณี

วิธีการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ (Concept Design) คือ จะออกแบบตามใจลูกค้า สร้างผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองให้แตกต่างจากคู่แข่ง ออกแบบตามแนวสมัยใหม่ ดูเป็นธรรมชาติ สร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ตัวสินค้า แพคเกจจิ้ง รูปแบบให้สะดวกตาแก่ผู้พบเห็น

วิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์นิยมใช้วิธีสร้างของจริง วิธีการสเก็ตซ์ภาพ นอกจากนี้ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ ใช้วิธีศึกษาจากธรรมชาติ ทดลองทำว่าทำได้หรือไม่ได้

เทคนิควิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์จากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง การสเก็ตซ์ภาพ กับการพัฒนาต้นแบบ วิธีการศึกษาหาแนวทางการออกแบบจะนิยมใช้วิธีคิดเอง กับลอกเลียน ดูจากของจริง และจากอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ดูจากหนังสือ วารสารที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ของตกแต่ง ตลาด และงานแสดงสินค้า

หลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับเทคนิควิธีการโดยจะให้ความสำคัญกับ หน้าที่ใช้สอย (Function) ราคา (Cost) ความสวยงาม (Aesthetics) ความปลอดภัย (Safety) ความสะดวกสบายในการใช้สอย (Ergonomics) จะคำนึงถึงความปลอดภัย (Safety) เกี่ยวกับประสิทธิภาพ และกลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงการผลิต การจัดเก็บ คุณสมบัติของวัสดุ และบรรจุภัณฑ์

วิธีการบ่งบอกเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย นิยมเน้นการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม จะนิยมใช้วิธีบอกกล่าวด้วยวาจา และจะมีคำอธิบายประกอบบ้าง เกี่ยวกับความแข็งแรง (Construction) คำนึงถึงความสะดวกสบายในการใช้สอย (Ergonomics)

เรื่องโครงสร้าง และคุณสมบัติของวัสดุ คำนึงถึงเรื่อง ขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ ชิดจำกัดที่เหมาะสมของรูปร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษา ซ่อมแซมง่าย (Ease of maintenances) วัสดุและการผลิต (Materials and Production) ราคา การประกอบ กลุ่มผู้ใช้ แหล่งผลิตวัตถุดิบ และการพิทักษ์รักษาสีสิ่งแวดล้อม

วัสดุที่ใช้ในการผลิตได้มาจากต่างจังหวัด เป็นจังหวัดใกล้เคียง ใช้วัสดุจากธรรมชาติ วัสดุสังเคราะห์ และนำวัสดุธรรมชาติมาแปรรูป กรรมวิธีผลิตวัสดุเป็นแบบซื้อวัสดุที่ผลิตสำเร็จรูป และเป็นวัสดุที่ผลิตขึ้นใช้เอง วิธีการตรวจสอบคุณสมบัติของวัสดุตรวจสอบด้วยวิธีการสังเกต

ใช้การวิเคราะห์ตลาด (Marketing analysis) การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ (Comparative product analysis) การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอย (Function analysis) การวิเคราะห์การประยุกต์เทคโนโลยี (Technology application) และความงาม (Aesthetic) ทั้งหมดคิดว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีมาตรฐานในการผลิตเพราะ ใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์สามารถสนองความต้องการของลูกค้า คือ เกี่ยวกับคุณภาพที่ดี ความสวยงาม

### 3.2 ผลการศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตรูปแบบผลิตภัณฑ์ ของผู้ประ กอบการ 4 ราย ดังนี้

#### 3.2.1. การสังเกตผลิตภัณฑ์โคมไฟไม้ไฟ และผลิตภัณฑ์จากไม้ไฟและไม้ MDF ของ คุณ นิคม อรุณรัตน์

มิติขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์โคมไฟไม้ไฟ ความกว้างที่นิยมใช้ คือขนาด 82.99 มิลลิเมตร ความยาวที่นิยมใช้ คือขนาด 200.00 มิลลิเมตร ความสูงที่นิยมใช้ คือขนาด 310.00 มิลลิเมตร ใช้วัสดุไม้ไฟเป็นวัสดุหลัก เชือกปอ กล้วย กระจก แผ่นใยไม้ แผ่น MDF

ปัญหาด้านการออกแบบฯ พบว่า การออกแบบมีรูปลักษณะเชิงอนุลักษณ์ ขาดความเข้าใจในเรื่ององค์ประกอบ ลวดลาย ไม่สามารถจัดการสีที่จะนำมาใช้ เพื่อการย้อมไม้ อยากพัฒนาผลงานให้มีแนวคิดแบบศิลปะแบบตะวันออก (Oriental Style)



รูปที่ 1 ผลิตภัณฑ์โคมไฟไม้ไฟ และผลิตภัณฑ์จากไม้ไฟและไม้ MDF ของ คุณ นิคม อรุณรัตน์

#### 3.2.2. การสังเกตผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ของ คุณ พะเยาว์ กลั่นประสิทธิ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ได้แก่ ดอกบัว ดอกทิวลิป ดอกกุหลาบ เป็นต้น นิยมจัดลงในกระถาง และจัดจำหน่ายเป็นดอก นิยมใช้โทนสีหนึ่งสี ใช้สีดอกไลโทน สีที่นิยมใช้คือ สีชมพู สีเหลือง ขาว สีฟ้า และสีแดง เป็นสีของผ้าสำเร็จรูป ปัญหาด้านการออกแบบฯ พบว่า รูปแบบ ขนาดมิติ มีความหลากหลาย จะผลิตตามความต้องการของลูกค้า ผสมกับแนวคิดของตนเอง ผลิตภัณฑ์ ขาดหลักการในการออกแบบและพัฒนาในเรื่องการทำสี รูปแบบ แนวความคิด มีความต้องการพัฒนาเทคนิคการทำสีและรูปแบบผลิตภัณฑ์



รูปที่ 2 ผลิตรากไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ของ คุณ พะเยาว์ กลั่นประสิทธิ์

### 3.2.3. การสังเกตผลิตรากไม้ประดิษฐ์จากดินปั้น คุณณัฏฐวดี อัยยะวรากุล

การออกแบบผลิตรากไม้ได้แก่ ดอกกล้วยไม้ ดอกกุหลาบ ดอกลีลาวดี ดอกทิวลิป และของที่ระลึก นิยมจัดดอกไม้ลงในกระถาง ทำผลงานเลียนแบบธรรมชาติ มีความหลากหลายในการจัด ใช้สีดอกหลายสีจนถึงสีเดียว นิยมใช้สีเขียว สีฟ้า สีชมพู สีแดง สีม่วง สีเหลือง สีขาว และสีน้ำเงิน เป็นต้น ปัญหาด้านการออกแบบฯ พบว่า รูปแบบสร้างสรรค์ผลงานผลิตรากไม้มีความหลากหลาย มีความรู้และความสามารถในการผลิตผลงานรวมถึงมีประสบการณ์ที่ยาวนาน แต่ประสบปัญหาการพัฒนาเรื่องดินปั้น เพื่อนำมาใช้สามารถสร้างสรรค์ผลงาน



รูปที่ 3 ผลิตรากไม้ประดิษฐ์จากดินปั้น ของ คุณณัฏฐวดี อัยยะวรากุล

### 3.2.4. การสังเกตผลิตรากไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม ของ คุณพรรณิ เปรมจิตต์

การออกแบบผลิตรากไม้ได้แก่ ดอกบัวชนิดต่างๆ เช่น บัวหลวง บัวสัตตบงกช บัวสาย บัวย่อส่วน บัวแยกดอก ดอกบัวติดเสื้อ โทนสีดอกบัวนิยมใช้โทนสีหนึ่งสี และหลายสี นำมาประกอบในการจัดและประดับตกแต่ง ได้แก่ สีชมพู สีขาว สีม่วง สีเหลือง และสีโอโรส โดยนำมาย้อมสีเอง ปัญหาด้านการออกแบบฯ พบว่า ยังขาดเทคนิคในการทำสีดอกบัว รูปแบบแจกันมีหลากหลายเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดประดับไม่เป็นไปตามธรรมชาติ มีความต้องการพัฒนาเรื่องสีย้อม และแนวทางการสร้างสรรค์



รูปที่ 4 ผลิตรากไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม ของ คุณพรรณิ เปรมจิตต์

### 3.3 ผลการศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการสอบถาม ของผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs จำนวน 205 คน (แสดงผลการศึกษาตามตารางที่1) ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าชุมชน OTOP และ SMEs

ลำดับที่	รายการข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาในการออกแบบและพัฒนา	ค่าเฉลี่ย (Mean) $\bar{X}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) SD.	ระดับความคิดเห็น
1	มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.62	0.76	มาก
2	การเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.36	0.62	ปานกลาง
3	ในการเก็บข้อมูล ทำนุรู้จักและใช้วิธีการศึกษาข้อมูล	3.19	1.05	ปานกลาง
4	ใช้วิธีการกำหนดลักษณะจำเพาะในทางเทคนิค คือ การวิจัย การพัฒนา การออกแบบขั้นสุดท้าย และประโยชน์การใช้งานมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.05	0.67	มาก
5	ใช้วิธีการกำหนดแนวความคิด (Concept) เกี่ยวกับกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง การรวมส่วนประกอบต่างๆ เข้าด้วยกันเป็นสิ่งเดียวกัน	3.93	0.95	มาก
6	ใช้วิธีการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ (Concept Design) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.92	0.79	มาก
7	มีการนำวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปใช้	3.31	1.23	ปานกลาง
8	ให้ความสำคัญในข้อกำหนดต่างๆ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.18	0.85	มาก
9	คำนึงถึงหน้าที่ใช้สอย (Function)	4.12	0.81	มาก
10	คำนึงถึงเรื่องความปลอดภัย (Safety)	4.34	0.67	มาก
11	คำนึงถึงวิธีการบ่งบอกเรื่องความปลอดภัยโดยวิธีการต่างๆ	3.86	1.13	มาก
12	ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ ให้ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม	4.28	0.59	มาก
13	คำนึงถึงความแข็งแรง (Construction) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.24	0.66	มาก
14	คำนึงถึงความสะดวกสบายในการใช้สอย (Ergonomics)	3.80	1.05	มาก
15	คำนึงถึงการดูแลรักษาและซ่อมแซมง่าย(Ease of maintenances)	3.99	0.83	มาก
16	คำนึงถึงเรื่องวัสดุและการผลิต (Materials and Production)	3.98	0.85	มาก
17	วัสดุที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้มาจากแหล่งในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง	3.08	0.94	ปานกลาง
18	วัสดุที่ใช้เกี่ยวข้องในการผลิตผลิตภัณฑ์	3.56	1.32	มาก
19	มีการนำองค์ประกอบของวัสดุ มาใช้ในการผลิต	3.52	1.37	มาก
20	ใช้กรรมวิธีการผลิต มาผลิตวัสดุขึ้นมาใช้เอง	3.07	1.39	ปานกลาง
21	มีวิธีการตรวจสอบคุณภาพของวัสดุ	4.05	0.80	มาก
22	มีวิธีการตรวจสอบคุณสมบัติวัสดุ	3.54	1.14	มาก
23	ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์อันเกี่ยวกับกระบวนการต่างๆ	3.79	0.84	มาก
24	นำหลักการวิเคราะห์มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาพินิจวิเคราะห์เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.39	1.03	ปานกลาง
25	ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานในการผลิต	3.57	0.80	มาก
26	ใช้มาตรฐานที่ใช้ในการผลิต มาผลิตผลิตภัณฑ์	2.36	1.24	น้อย
27	สินค้าได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	2.34	1.16	น้อย
28	ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.20	0.81	มาก







รูปที่ 7 ผลงานการออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว  
แนวคิดดอกบัวหลวงสีชมพู

รูปที่ 8 ผลงานการออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว  
แนวคิดดอกบัวหลวงสีชมพู

ขั้นที่ 5-6 แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินปั้น แรงบันดาลใจได้มาจากธรรมชาติ คือดอกบัวสาย “บัวมงคลอุบล” ซึ่งเป็นบัวที่ได้จากการวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมาใช้ในการผลิต วัสดุที่ใช้เป็นดินปั้นนำมาย้อมสีเป็นกลีบดอกบัว โครงกลีบดอก ก้านดอก และใบบัวเป็นลวด นำมาขึ้นรูปด้วยดินที่ผสมสีลงไปเหนียวดิน นำมาประกอบรวมกันเป็นดอกด้วยเชือกและกาวร้อน ตกแต่งสีด้วยเทคนิคการพ่นสีและการระบายสีตกแต่งให้เหมือนดอกบัวและใบบัว ตัวกระถางเป็นดินปั้น พ่นสีเคลือบ นำมาจัดวางสร้างสรรค์เป็นแจกันสวยงามในลักษณะเลียนแบบธรรมชาติ การดูแลรักษาทำความสะอาดง่าย ผลงานการพัฒนาเป็นที่น่าพอใจ มีความใกล้เคียงกับธรรมชาติ และประหยัดงบประมาณต้นทุนการใช้วัสดุ



รูปที่ 9 ผลงานการออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากดินปั้น  
แนวคิดดอกบัวมงคลอุบลสีเหลือง

รูปที่ 10 ผลงานการออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากดินปั้น  
แนวคิดดอกบัวมงคลอุบลสีเหลือง

ขั้นที่ 7-8 แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม แรงบันดาลใจได้มาจากธรรมชาติ คือดอกบัวสายสีชมพู โดยนำมาจัดวางประยุกต์สร้างสรรค์ วัสดุที่ใช้เป็นผ้าไหมสีขาว นำมาย้อมสีย้อมผ้าชนิดย้อมเย็น โครงกลีบดอกและใบบัวเป็นลวด ก้านดอกสำเร็จรูป นำมามีดรวมกันเป็นดอกด้วยเชือก ตัวกระถางเป็นวัสดุที่ผลิตจากดินปั้นพ่นสีเคลือบ นำมาจัดวางสร้างสรรค์เป็นแจกันที่ใช้สำหรับประดับตกแต่งบ้านมีความสวยงามในลักษณะเลียนแบบธรรมชาติ การดูแลรักษาทำความสะอาดง่าย ผลงานการพัฒนาเป็นที่น่าพอใจในเรื่องเทคนิคการย้อมสี มีความใกล้เคียงกับธรรมชาติ และประหยัดงบประมาณต้นทุนการใช้วัสดุ



รูปที่ 11 ผลงานการออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม แนวคิดดอกบัวสายสีชมพู รูปที่ 12 ผลงานการออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม แนวคิดดอกบัวสายสีชมพู

#### 4. สรุป

การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ กลุ่มเครื่อง ใช้และเครื่องประดับตกแต่งของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดปทุมธานี ประสบปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

##### 4.1. ปัญหาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

พบว่า หัวหน้ากลุ่มเป็นผู้ตัดสินใจในการดำเนินงาน ใช้วิธีการสอบถามลูกค้า ไม่มีจดการบันทึกข้อมูล ใช้วิธีลึกลับ และนำผลที่ได้มาประยุกต์ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ มีปัญหาแตกต่างกันในเรื่องความรู้ในการออกแบบและพัฒนาฯ คือระดับการศึกษา ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ปัญหา สภาพความเป็นอยู่ ขาดความเข้าใจในวิธีกำหนดแนวความคิด (Concept) ประโยชน์ใช้สอย และวิธีการกำหนดแนวความคิด (Concept) ซึ่งสอดคล้องกับ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2541 : 302) กล่าวว่า ข้อคิดหรือข้อสังเกต (Notion) เป็นเพียงแง่มุมหนึ่งของความคิดที่กระจัดกระจาย และอาจมีนัยสำคัญแฝงอยู่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้วิธีการสร้างผลิตภัณฑ์จริง (Prototype) และการสเก็ตซ์ภาพ (Sketch design) ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรชัย แก้วดี (2545 : 86) กล่าวว่า แนวทางการออกแบบให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการ โดยนำข้อมูลการวิเคราะห์มาออกแบบโครงร่าง 2 มิติ เลือกรูปแบบ นำมาทำแบบจำลอง 3 มิติเป็นผลงานสำเร็จ นิยมศึกษาด้วยตนเอง ลอกเลียนผู้อื่น เข้าใจว่าความงาม (Aesthetics) ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ธีระชัย สุดสด (2544 : 115-122) กล่าวว่า ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเพราะประทับใจ คำนี้เรื่องประสิทธิภาพของหน้าที่ใช้สอย (Function) และกลุ่มเป้าหมาย นิยมใช้วัสดุที่ได้มาจากต่างจังหวัดแล้วนำมาดำเนินการผลิตที่บ้าน มีการตรวจสอบคุณสมบัติของวัสดุด้วยวิธีการสังเกต การสัมผัส ใช้มาตรฐาน มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) มีการสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งใช้เอง

##### 4.2 ปัญหาด้านการสร้างสรรค์

พบว่า ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลายตามเอกลักษณ์ของกลุ่ม ไม่ค่อยซ้ำแบบ มีความสวยงาม และเลียนแบบธรรมชาติ นิยมให้คู่ลงการ กำหนดแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ความรู้พื้นฐานของตนเอง ใช้วิจารณ์ญาณ และใช้ความบังเอิญในการสร้างสรรค์ผลงาน ให้ความสำคัญกับการค้นหาปัญหาเกี่ยวกับการตั้งสมมติฐานก่อน และการค้นหาความจริง มาเป็นเทคนิควิธีการทางความคิดสร้างสรรค์ของตน ซึ่งสอดคล้องกับ ภูพิชย์ ทานะ (2549 : 80) อ่างถึงวิรุณ ตั้งเจริญ (2539 : 44) กล่าวว่า การสร้างสรรค์รูปทรงที่นำมาใช้ในงานออกแบบ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานด้วย

#### 4.3 ปัญหาด้านความสัมพันธ์ทางศิลปะ

พบว่า นิยมนำเอาความสัมพันธ์ทางศิลปะมาใช้ในการออกแบบและการผลิต โดยเฉพาะเรื่อง สี การออกแบบและการประดิษฐ์นิยมใช้สีเดียวโดยเลียนแบบสีตามธรรมชาติ ไม่แน่ใจว่าใช้สีตามหลักการทางศิลปะหรือไม่ ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางความรู้สึกและทางอารมณ์ต่อผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ ปกรณ์ศักดิ์ นาวงศ์สวัสดิ์ (2549 : 64) กล่าวว่า การคำนึงถึงคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ เป็นสื่อกลางอย่างหนึ่งในการซื้อขายสินค้าส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าในสายตาของผู้บริโภค มีความสวยงาม มีประโยชน์ในด้านการขาย มีการเน้นรูปแบบให้เกิดจุดสนใจ สร้างผลงานหลากหลายรูปแบบ มีการเน้นจุดสนใจ ทำผลิตภัณฑ์ให้ดูอลังการ และให้ความรู้สึกทางความงามต่อผู้พบเห็น

#### 4.4 ปัญหาด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีความแปลกใหม่ (Innovative) ราคาพอสมควร (Price) เป็นที่ยอมรับ (Regional acceptance) เพราะมีหลายรูปแบบ มีประวัติความเป็นมา (Story) มีที่มา เล่าเรื่องได้ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์มีข้อมูลข่าวสาร (Information) เพราะใช้การบอกกล่าว มีการประชาสัมพันธ์น้อย และเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ มีอายุการใช้งานที่เหมาะสม (Life cycle) เพราะ มีความแข็งแรง ทนทาน อยู่ได้นาน สมควรแก่เวลา

#### 4.5 ปัญหาด้านการตลาด

พบว่า เป้าหมายทางการตลาดคือกลุ่มวัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ วัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ โดยเน้นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล กลิ่นเอี่ยม (2547 : 91) กล่าวว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า นิยมจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ขายตามที่ต่างๆ ตามที่ลูกค้าสั่ง ทาง Internet ออกบูทตามห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ และทุกแหล่งที่มีการจัดงาน ใช้วิธีลดค่าใช้จ่ายในการผลิตคือการลดหรือเพิ่มชนิดหรือขนาดของผลิตภัณฑ์และวัสดุ มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์สามารถส่งออกได้ สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องโดยรักษาคุณภาพเดิม มีราคา (Price) เหมาะสม ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ (Regional acceptance) ไม่ค่อยพบปัญหาหลังการใช้งานและขายได้ คิดว่าผลิตภัณฑ์ตอบสนองตรงต่อความต้องการของตลาด มั่นใจเกี่ยวกับการวางแผนด้านการขาย ซึ่งสอดคล้องกับ สมศรี เวชวิฐาน (2550) กล่าวว่า การส่งเสริมการขาย การกำหนดนโยบายราคาสินค้าตามราคาต้นทุน ปัจจัยที่กำหนดการออกแบบ ช่องทางการจำหน่าย มาจากลักษณะของผู้บริโภค และมีวิธีการแบ่งส่วนตลาดตามเชิงภูมิศาสตร์

#### 4.6 ปัญหาด้านกฎหมาย

พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความเห็นที่ไม่แน่ใจเพราะไม่เคยศึกษา แต่มีแบรนด์ (Brand) หรือตราสินค้าที่ใช้เป็นของตนเอง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้จดลิขสิทธิ์ หรือสิทธิบัตร เคยส่งผลิตภัณฑ์ออกขายต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในการส่งผลิตภัณฑ์ไปขายยังต่างประเทศ ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในเรื่องการส่งออก

#### 4.7 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดตามหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของสาคร คັນโชติ ประกอบด้วย หน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้ ความสวยงาม การซ่อมแซมง่าย วัสดุและการผลิต นำมาใช้เป็นหลักในการออกแบบผลงาน โคมไฟไม้ไผ่ ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินปั้น และดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหม ผลงานการออกแบบได้รับแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติโดยนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานในการออกแบบ เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Eco Design ใช้วัสดุที่ปลอดภัยและสามารถย่อยสลายได้ เน้นสะดวกสบายในการใช้งาน ดูแลรักษาง่าย มีความสวยงาม เหมาะสมในการนำไปประดับตกแต่งภายในอาคารหรือบ้านพักอาศัย ประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องวัสดุเพื่อการผลิต โดยผู้ประกอบการผู้ผลิตมีความพึงพอใจกับผลงานการออกแบบอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสาคร คันโชติ (2528:6) กล่าวว่า “การออกแบบ” เป็นการรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติเข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกัน จะต้องคำนึงถึง

ประโยชน์ใช้สอย ความงามอันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์ เนื่องจากการเป็นการสร้างค่านิยมทางความงามและสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์

แนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาในการขาดองค์ความรู้อยู่หลายด้าน การให้ข้อมูลมีความแปรปรวนในระดับต่างๆ คือ ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์, ด้านการสร้างสรรค์, ด้านความสัมพันธ์ทางศิลปะ, ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์, ด้านการตลาด, ด้านกฎหมาย อันเกี่ยวเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ ได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ปัญหาสภาพความเป็นอยู่ เหล่านี้ล้วนเป็นส่วนประกอบที่เป็นปัญหาโดยเข้ามามีบทบาททำให้ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรได้รับการช่วยเหลือ การสร้างภูมิความรู้แนวทางในการออกแบบและพัฒนาฯ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทั้ง 4 ราย ก็ยังประสบปัญหาเช่นเดียวกัน จากการสังเกตผลงานการผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความหลากหลายตั้งแต่ รูปแบบ สี การใช้งาน (Function) เทคนิควิธีการผลิต เทคนิคการตลาด ล้วนถูกสร้างขึ้นจากความรู้ความเข้าใจอย่างไม่เป็นระบบและตามความพอใจของตน จากเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวความคิดและความต้องการในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานของผู้ผลิตสินค้าชุมชน ซึ่งประกอบด้วยหลักการผสมสีย้อมชนิดต่างๆ ได้แก่ สีย้อมผ้าใบย้อมผ้าไหม สีย้อมไม้ไผ่ และการทดลองผสมดินปั้น และใช้แรงบันดาลใจที่ได้จากธรรมชาติมาประยุกต์สร้างสรรค์ โดยการพัฒนาดังกล่าวเป็นการพัฒนาอย่างเป็นระบบและนำมาแก้ปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการ ผลที่ได้คือผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการ สร้างความยั่งยืนด้วยการพึ่งพาตนเองได้ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผลที่ได้คือแนวทางดังกล่าวได้รับความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการสินค้าชุมชนอย่างมาก

## 5. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานการวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นได้โดยได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินปี 2552 เพื่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ กลุ่มเครื่อง ใช้และเครื่องประดับตกแต่งของสินค้า OTOP และ SMEs เพื่อเป็นข้อมูลที่จะนำประโยชน์มาใช้สำหรับการแก้ไขปัญหา ในการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อันก่อประโยชน์ให้กับองค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน หน่วยงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี ผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs ที่ได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์เหล่านี้

## 6. เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรชัย แก้วดี. 2545. การออกแบบภาชนะและผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาบนโต๊ะอาหารสำหรับสวนอาหาร ไตโนพาร์คโรงแรม มารีนาคอตเตจ จังหวัดภูเก็ต. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาเครื่องเคลือบดินเผา ภาควิชาเครื่องเคลือบดินเผา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีระชัย สุตสด. 2544. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นฤมล กลิ่นเอี่ยม. 2547. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปรกรณ์ศักดิ์ นาวงศ์สวัสดิ์. 2549. การศึกษาและออกแบบชั้นวางแสดงสินค้า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. จ.สมุทรปราการ : สารนิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ภูพิชย์ ทานะ. 2549. การออกแบบและผลิตเครื่องเคลือบดินเผา ประเภทชุดอาหารโดยใช้รูปทรงของช้าง. กรุงเทพฯ : หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร .

- มูลนิธิชัยพัฒนา. 2550. **เศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. 2541. **การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบสถาปัตยกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2539. **การออกแบบ**. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พริ้นเตอร์เฮาส์.
- สาคร คันธโชติ. 2528. **การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2545. **สมอ. พร้อมรับนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย มาตรฐาน OTOP**. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สมศรี เวชวิฐาน. 2550. **แนวทางการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม ให้ประสบความสำเร็จ ตามทัศนะของผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล SET Awards**. จังหวัดสุราษฎร์ธานี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan. 1970. **Educational and Psychological Measurement**. Minisota : Minisota University.
- Weigel, R. H., & Newman, L. S. 1976. **Increasing attitude-behavior correspondence by broadening the scope of the behavioral measure**. *Journal of Personality and Social Psychology*. 33. 793-802. CrossRef.

