



การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย
DESIGN AND DEVELOPMENT OF DRIP COFFEE EXTRACTION PRODUCTS FROM
RATTAN MATERIAL.



กิตติพัฒน์ วัฒนานุสรณ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย



กิตติพัฒน์ วัฒนานุสรณ์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DESIGN AND DEVELOPMENT OF DRIP COFFEE EXTRACTION PRODUCTS FROM
RATTAN MATERIAL.



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Master of Arts (Design for Business))
College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

2023

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย

ของ

กิตติพัฒน์ วัฒนานุสรณ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์) (รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร)

ชื่อเรื่อง	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูป หวาย
ผู้วิจัย	กิตติพัฒน์ วัฒนานุสรณ์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพดล อินทร์จันทร์

งานวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูป
หวายเป็นการวิจัยและพัฒนาหวายไม้เศรษฐกิจของประเทศไทยและมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์จาก
ธรรมชาติเพื่อทดแทนวัสดุแบบดั้งเดิม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัก
สานหวาย ผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อนำกำหนดแนวทางการ
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการวิจัยพบว่า การใช้ลายสานจุงนางเป็นลวดลายที่
เหมาะสมในการนำมาผลิต เนื่องจากมีอัตราการไหลของน้ำที่เหมาะสม และเป็นลวดลายที่นิยมใน
ท้องตลาด โดยนำพัฒนาเป็นอุปกรณ์สกัดกาแฟแบบดริปผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
ออกมาทั้ง 2 แบบด้วยกันคือแบบสานทึบ และแบบสานโปร่ง พบว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ 1 หรือ
แบบสานทึบ นั้นมีความเหมาะสมมากที่สุด แสดงถึงคุณค่าความเป็นไทยผ่านงานจักสานได้อย่าง
ชัดเจน และมีจุดเด่นด้านการให้กลิ่นธรรมชาติเมื่อทดลองดื่มกาแฟพบว่าเมื่อทดลองประเมินจาก
ผู้บริโภคและจากผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นตรงกันว่าสามารถพัฒนาต่อยอดและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์
ชุมชน แสดงถึงคุณค่าของงานจักสานของคนไทยที่อยู่คู่กับคนไทย สอดรับกับรูปแบบวิถีของคน
รุ่นใหม่ และสนับสนุนผู้ที่ประกอบอาชีพงานจักสานหวายให้อยู่คู่กับคนไทยต่อไป

คำสำคัญ : กาแฟดริป, วัสดุแปรรูปหวาย, นวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

Title	DESIGN AND DEVELOPMENT OF DRIP COFFEE EXTRACTION PRODUCTS FROM RATTAN MATERIAL.
Author	KITTIPAT WATANANUSORN
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2023
Thesis Advisor	Assistant Professor Doctoral Noppadol Inchan

The purpose of this research project is to create natural alternatives to traditional drip coffee extraction products by using processed rattan materials from Thai economic trees. To achieve this goal, the researchers gathered data from various experts, including consumer groups, rattan weaving experts, coffee experts, and design experts. The objective was to determine guidelines for designing and developing prototype products. After conducting the study, the researchers discovered that the Juang Nang weave pattern is the most suitable for production, as it is popular in the market and provided an appropriate water flow rate. Then, two prototype products were developed, one with a solid weave and another with an airy weave. During testing, the solid weave model was deemed the most suitable as it showcased Thai basketry work and gave the coffee a natural aroma when used for extraction. The positive feedback from consumers and experts suggested that this product can be further developed and produced as community products. This research emphasizes the value of Thai basketry work, an integral part of Thai culture and tradition. It supports the artisans who practice this craft and promotes the use of natural materials in the production of consumer goods.

Keyword : Drip coffee, Rattan material, Innovation in handicraft product design

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเมตตากรุณาช่วยเหลือและความเอาใจใส่ตลอดจนถึงการให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่ประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการปรับแก้ไขข้อบกพร่องจากคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญาานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์ ที่ได้ให้ความเมตตากรุณาเป็นที่ปรึกษาพร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือชี้แนะแนวทางสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการทำปริญญาานิพนธ์นี้ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา รวมทั้ง ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร ดร.อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ ดร.เบญจวรรณ อารักษ์การุณ ดร.ภัทธนันท์ ไวกทยะสินและคณาจารย์ในภาควิชาทุกท่านที่ช่วยเหลือโดยให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์จึงทำให้ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และครอบครัวที่ได้สนับสนุนทุนด้านการศึกษาให้ผู้วิจัยมีโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และคอยให้กำลังใจในระหว่างการทำปริญญาานิพนธ์ในครั้งนี้จนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณ พี่เบ้ง เจมส์ คิม ซาลี เจมม่อน แพท อเด้น แทน รวมทั้งบุคคลอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียน พี่ใหญ่ พลอย ชิม เรนนี่ ฝ่าย พี่ศิริน พี่เอ็นท์ พี่นัท พี่กลอย พี่เอิร์ธ ที่คอยให้กำลังใจและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในทั้งด้านการศึกษาและด้านการทำงานตลอดระหว่างการศึกษาในระดับปริญญาโทในครั้งนี้

กิตติพัฒน์ วัฒนานุสรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตในการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
1. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การดริปกาแฟ	7
1.1 ความรู้เกี่ยวกับการชงกาแฟ	7
1.2 ความเป็นมาของการสกัดกาแฟแบบดริป	8
1.3 ความสำคัญและรูปร่างของดริปเปอร์.....	10
2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต.....	10

2.1 ความสำคัญและศักยภาพของหวาย	10
2.2 หวายกับงานจักสาน.....	11
2.3 รูปแบบลวดลายการจักสาน	12
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	15
3.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	15
3.2 องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	15
3.3 นวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม.....	16
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	19
4.1 ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค	19
4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	20
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการชงกาแฟในครัวเรือน.....	21
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์.....	21
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	26
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า.....	27
กรอบแนวคิดวิจัย.....	28
บทที่ 4 ผลดำเนินงานวิจัย.....	29
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริป.....	29
1.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทย	29
1.2 การทดลองการไหลผ่านของน้ำผ่านลวดลายทั้งหมด 10 ลวดลาย.....	41
ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายงานจักสาน	42

2.1	ขั้นตอนที่ 1	43
2.2	ขั้นตอนที่ 2	43
2.3	ขั้นตอนที่ 3	44
2.4	ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบรูปแบบที่ 1 (แบบสานทึบ).....	46
2.5	ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบรูปแบบที่ 2 (แบบสานโปร่ง)	47
ขั้นตอนที่ 3	นำตัวต้นแบบขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์และเลือกผู้บริโภคจำนวน 10 ท่าน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตีพิมพ์ และนักออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 ท่าน มา ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทำการสรุปผล และปรับปรุงแบบต่อไป.....	49
3.1	นำตัวต้นแบบทดลองขายจริงผ่านทางช่องทางออนไลน์.....	49
3.2	ทำการเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค.....	51
3.3	ทำการเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ	54
ขั้นตอนที่ 4	นำข้อเสนอแนะและข้อที่ควรแก้ไขปรับปรุงจากผู้บริโภคและจากผู้เชี่ยวชาญมาทำ การพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์.....	57
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	59
1.	สรุปผลการวิจัย.....	59
2.	อภิปรายผลการวิจัย	61
3.	ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	63
ประวัติผู้เขียน	65

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงผลวัดลายจักษุ 12	12
ตาราง 2 แสดงข้อมูลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลร้านค้าจักษุ 35	35
ตาราง 3 แสดงข้อมูลผลการทดลองการหาอัตราการใช้ของน้ำ 42	42
ตาราง 4 แสดงข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากผู้บริโภคนจำนวน 10 ท่าน 51	51
ตาราง 5 แสดงข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 56	56



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 ตัวอย่างอุปกรณ์ดริปกาเพในอดีต.....	9
ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดวิจัย	28
ภาพประกอบ 3 ร้านป่าหวาย	30
ภาพประกอบ 4 ร้านบ้านหัตถกรรม	31
ภาพประกอบ 5 ร้านยุพดีวาณิช.....	32
ภาพประกอบ 6 ร้านเอเชียคิงส์จัสตัน.....	33
ภาพประกอบ 7 ร้านบ้านหวายหัตถกรรมคลอง 9	34
ภาพประกอบ 8 ตัวอย่างลายสามชั้นลง	36
ภาพประกอบ 9 ตัวอย่างลายดีหล่ม	36
ภาพประกอบ 10 ตัวอย่างลายครุ	37
ภาพประกอบ 11 ตัวอย่างลายครูป	37
ภาพประกอบ 12 ตัวอย่างลายกันลิง.....	38
ภาพประกอบ 13 ตัวอย่างลายสาม.....	38
ภาพประกอบ 14 ตัวอย่างลายกระดั่งผี.....	39
ภาพประกอบ 15 ตัวอย่างลายตาแหลมมีด.....	39
ภาพประกอบ 16 ตัวอย่างลายสองชั้นลง.....	40
ภาพประกอบ 17 ตัวอย่างลายจุงนาง	41
ภาพประกอบ 18 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานหวายโดยผู้วิจัย	43
ภาพประกอบ 19 ออกแบบโครงร่างรูปแบบที่ 1	44
ภาพประกอบ 20 ออกแบบโครงร่างรูปแบบที่ 2	45
ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างโครงร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1	46

ภาพประกอบ 22 ตัวอย่างโครงร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 2	47
ภาพประกอบ 23 ตัวอย่างโครงร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1	48
ภาพประกอบ 24 แสดงช่องทางการขายออนไลน์ช่องทางที่ 1	49
ภาพประกอบ 25 แสดงช่องทางการขายออนไลน์ช่องทางที่ 2	50
ภาพประกอบ 26 แสดงถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแบบ	58



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

กาแฟ กลายเป็นเครื่องดื่มที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก รวมถึงผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันคนไทยที่บริโภคกาแฟสดมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในกลุ่มของนักเรียนและนักศึกษา วิทยาลัยทำงาน รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือกล่าวได้ว่าผู้คนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงการดื่มกาแฟได้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการดื่มกาแฟเองที่บ้าน หรือการออกดื่มกาแฟนอกบ้าน จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟต้องการที่จะตอบสนองแนวโน้มการบริโภคกาแฟที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้จาก บทวิเคราะห์ธุรกิจเรื่องธุรกิจผลิตรากาแฟ โดยกรมการพัฒนาธุรกิจการค้าหรือกระทรวงพาณิชย์ ได้ระบุว่าทิศทางของธุรกิจผลิตรากาแฟยังคงมีโอกาสดีเติบโตได้อีกจากความต้องการของตลาดโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เจ้าของกิจการร้านค้ากาแฟจำเป็นต้องสร้างจุดขายให้กับร้านของตนเองให้มีความน่าสนใจ หรือมีความสดใหม่อยู่เสมอ เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) ในปัจจุบันจึงมีรูปแบบร้านค้ากาแฟที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้บริการตามความชอบส่วนตัว ด้วยกรรมวิธีการสกัดกาแฟที่แตกต่างกันออกไป เพราะจุดประสงค์ของผู้บริโภคกาแฟในปัจจุบันนั้นไม่ได้ต้องการไปร้านกาแฟเพื่อซื้อบริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องการการบริการที่แปลกใหม่อีกด้วย จึงทำให้ร้านกาแฟแนวสโรว์บาร์กลายเป็นรูปแบบร้านค้ากาแฟที่คนรุ่นใหม่ หรือผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจเกี่ยวกับกาแฟนั้นให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะ จะมีความแตกต่างกับร้านกาแฟทั่วไปอย่างชัดเจนในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านกรรมวิธี ระยะเวลาที่ใช้ในการทำ และความแตกต่างของเมนูกาแฟ รวมถึงรูปแบบการตกแต่งร้าน เป็นต้น

แต่เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ทำให้อิทธิพลใช้ชีวิต หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้คนไม่กล้าออกจากบ้าน ต้องทำงานอยู่ที่บ้าน หรือใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านมากขึ้น เพราะกังวลต่อสถานการณ์ความไม่แน่นอนการออกมาใช้ชีวิตนอกบ้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อหลายด้านรวมถึงด้านธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการไปเป็นจำนวนมาก เฉกเช่นเดียวกับธุรกิจร้านค้ากาแฟ จากผลสำรวจของบริษัทเซนทรัลเรสเตอรองส์กรุ๊ปจำกัด ได้กล่าวว่า ในปี 2563 นั้นมูลค่าของตลาดกาแฟในประเทศไทยนั้นมีมูลค่าสูงถึง 60,000 ล้านบาท โดยแบ่งสัดส่วนเป็น การดื่มกาแฟในบ้าน และการดื่มกาแฟนอกบ้าน ซึ่งสัดส่วนของการดื่มกาแฟในบ้านนั้นมีมูลค่า 33,000 ล้านบาท ซึ่งมีการเติบโตสูงขึ้นจากปี 2562 ถึง 10% แต่ในทางกลับกันในส่วนของการดื่มกาแฟนอกบ้านนั้นอัตราที่ลดลงถึง 30-40% ด้วยมูลค่า 27,000 ล้านบาท

(ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2565) (Positioning, 2564) สรุปได้ว่าผู้คนนั้นได้ให้ความสนใจกับการดื่มกาแฟที่บ้านมากขึ้น เนื่องจากมีเวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้นจึงทำให้ต้องหากิจกรรมใหม่ที่ น่าสนใจหรือวิถีชีวิตที่แตกต่างจากเดิม ซึ่งกาแฟก็มีวิถีแบบใหม่ที่กำลังเป็นกระแสอยู่นั้นก็คือ การดริปกาแฟนั่นเอง

โดยวิธีการสกัดกาแฟดื่มเองที่บ้านที่กำลังเป็นกระแสในกลุ่มผู้บริโภคกาแฟก็มีหลายหลายวิธีด้วยกัน กาแฟโม่กาแฟสด กาแฟดริป การใช้เครื่องเอสเพรโซ หรือกาแฟแคปซูล (Monliga Songsuk, 2562) กล่าวไว้ว่าเหตุผลในการชงกาแฟดื่มเองที่บ้านเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถลดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า และสามารถเลือกรสชาติกาแฟได้ด้วยตนเองแต่กรรมวิธีการสกัดกาแฟดื่มเองที่เป็นกระแสมากที่สุดคือ การสกัดกาแฟแบบดริป นั่นเอง ซึ่งอุปสรรคในการทำกาแฟดริปที่วางขายนั้นอยู่ในตลาดส่วนใหญ่มักจะทำจากวัสดุ พลาสติก สแตนเลส และเซรามิก แต่วัสดุเหล่านี้เป็นวัสดุที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ในทางกลับกันผู้บริโภคในปัจจุบันได้มีความตื่นตัว และสนใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น ไปจนถึงการเลือกใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน

ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้นไม่ใช่เรื่องใหม่แต่เป็นเรื่องที่มีการลุกลามเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ โดยหนึ่งปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาใหญ่ ในปัจจุบันก็คือ ปัญหาจากขยะพลาสติก โดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ระบุว่า ในปี พ.ศ.2563 พบว่าปริมาณของขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 นั้นมีปริมาณสูงถึง 6,300 ตันต่อวัน ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 เมื่อนำข้อมูลไปเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในช่วงสถานการณ์ปกติหรือเมื่อปี พ.ศ.2562 ที่มีปริมาณขยะพลาสติกเฉลี่ย 2 ล้านตัน หรือประมาณ 5,500 ตันต่อวัน อีกทั้ง Euronews Green ได้เผยแพร่ข้อมูลสถิติเมื่อปี 2564 ว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 5 ที่มีขยะพลาสติกล้นทะเลมากที่สุดในโลก โดยมีจำนวนขยะพลาสติกในท้องทะเลถึง 22.8 ล้าน กิโลกรัม หรือกล่าวได้ว่าคนไทยสร้างขยะพลาสติกราว 70 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงที่สุดในกลุ่มอาเซียน ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับขยะพลาสติกนั้นเป็นสิ่งที่พบเจอในชีวิตประจำวันอยู่เสมอจึงทำให้มีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นผลพวงจากสถานการณ์ Covid-19 ที่ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่นในด้านบริการการสั่งซื้อสินค้าหรืออาหารผ่านระบบออนไลน์มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้ต้องมีบรรจุภัณฑ์พลาสติกเข้ามาใช้เพิ่มมากขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวไปข้างต้นจึงกลายเป็นสาเหตุที่ส่งผลให้ผู้บริโภคในปัจจุบันได้มีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นกว่าในอดีต อีกทั้งมีการพัฒนาร้านกาแฟโดยใช้

ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติในการตกแต่ง หรือสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสว่าถ้าหากสามารถนำวัสดุธรรมชาติที่สามารถหาได้ง่าย และมีต้นทุนที่ต่ำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ก็จะเป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคลดการใช้สิ่งของที่ทำจากวัสดุที่ย่อยสลายได้ยากอย่างเช่น พลาสติกได้

หว่ายพืชเศรษฐกิจของไทย

ประเทศไทยมีทรัพยากรวัสดุธรรมชาติหลากหลายที่อยู่คู่กับคนไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานอยู่หลากหลายชนิดด้วยกัน และหว่ายนั้นก็เป็นหนึ่งในวัสดุทางธรรมชาติที่มีประโยชน์ใช้สอยในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านอาหาร ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเครื่องเรือนหรือเครื่องใช้ที่เป็นที่ต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และยังเป็นที่ยู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยประเทศไทยมีนั้นปริมาณหว่ายติดอันดับหนึ่งในสามของประเทศที่อยู่ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยกรมป่าไม้ยังได้ระบุว่า การส่งออกสินค้าที่ผลิตจากหว่ายในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2555-2560 นั้นมีมูลค่ารวมสูงถึง 1,062 ล้านบาท โดยมูลค่าของการส่งออกหลักจะขึ้นอยู่กับสินค้าประเภทหว่ายไม้แปรรูป ในขณะที่การนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากหว่ายมีมูลค่าการนำเข้ารวม 3,749 ล้านบาท ทั้งนี้จึงส่งผลให้มีแนวโน้มการนำเข้าและการส่งออกสินค้าจากหว่ายลดลง เนื่องด้วยเพราะความต้องการใช้สินค้าหรือการทำการตลาดของสินค้าที่ทำจากหว่ายยังไม่สามารถเข้าถึงความต้องการผู้บริโภคได้ทั้งหมด ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสนี้ที่เป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทยในด้านของทรัพยากรที่จะสามารถนำพืชเศรษฐกิจอย่างหว่ายไปพัฒนาและต่อยอดต่อไปได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (กรมป่าไม้, 2561)

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวไปข้างต้นจึงส่งผลให้สินค้าประเภทที่งานฝีมือที่ทำจากวัสดุธรรมชาตินั้นมีโอกาสที่ตลาดจะขยายตัวและเติบโตขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงมองเห็นว่า หากสามารถนำวัสดุธรรมชาติหรือ หว่าย ที่เป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทยที่มีทรัพยากรจำนวนมาก และมีต้นทุนที่ต่ำ อีกทั้งยังเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยมาประยุกต์ใช้แทนวัสดุสังเคราะห์ที่แพงและไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการนำมาผสมผสานกับงานฝีมือ หรืองานหัตถกรรมของคนไทยที่ต้องอาศัยความประณีตและความชำนาญก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาตินั้น และสามารถครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์โดยสอดแทรกความเป็นไทยลงไปได้อย่างสมบูรณ์แบบ และยังเป็นแนวทางที่ช่วยทำให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังถือเป็นการอนุรักษ์งานศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นของคนไทยให้อยู่อย่างยั่งยืนได้อีกด้วย ผู้วิจัยมองเห็นโอกาสที่จะสามารถนำวัสดุแปรรูปจากหว่ายมาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการ

นำมาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงยังเป็นการพัฒนาศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปด้วยวัสดุที่แปรรูปจากหวาย

ขอบเขตในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ขึ้นขอการบริโภคกาแฟและสนใจการบริโภคกาแฟแบบดริป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผู้วิจัยใช้การทดลองขายผลิตภัณฑ์ดริปกาแฟจากวัสดุหวายแปรรูปโดยใช้วิธีขายผ่านทางออนไลน์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อจริง จำนวน 10 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการดื่มกาแฟและนักออกแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวัสดุแปรรูปหวาย และลวดลายการจักสาน เพื่อนำมาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดริปกาแฟให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟดริป

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและพัฒนาลวดลายจากลายงานจักสาน

ขั้นตอนที่ 3 นำตัวต้นแบบขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์และเลือกผู้บริโภคจำนวนทั้งหมด 10 ท่าน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการดื่มกาแฟ และนักออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ท่าน มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทำการสรุปผลและปรับปรุงแบบต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อเสนอแนะหรือข้อที่ควรแก้ไขปรับปรุงจากผู้บริโภค และจากผู้เชี่ยวชาญมาทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปด้วยวัสดุธรรมชาติผ่านงานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยและตรงกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน
2. เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการช่วยสนับสนุนสร้างรายได้และองค์ความรู้ให้กับคนในชุมชน

นิยามศัพท์เฉพาะ

กาแฟดริป หมายถึง ขั้นตอนวิธีการชงกาแฟรูปแบบหนึ่ง วิธีการชงไม่เหมือนกับวิธีการแบบเดิม กล่าวคือจะชงด้วยการใช้น้ำที่ผ่านผงกาแฟคั่วบดที่วางไว้บนตัวกรอง จากนั้นน้ำร้อนที่ไหลผ่านกาแฟคั่วบด ผ่านตัวกรอง

วัสดุแปรรูปจากหวาย หมายถึง พืชตระกูลปาล์มที่สามารถนำส่วนต่าง ๆ ของต้นมาใช้ประโยชน์โดยผ่าน กระบวนการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปร่าง ให้มีลักษณะแปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิมรวมถึงเพื่อเพิ่มมูลค่าและประโยชน์การใช้สอยให้กับหวายธรรมชาติ อีกทั้งเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้

นวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม หมายถึง การสร้างนวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต้องสามารถแสดงถึงกระบวนการออกแบบและกระบวนการผลิตที่มีการผสมผสานระหว่างขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัยเข้าด้วยกัน รวมถึงรูปแบบและกระบวนการผลิตที่สร้างความแตกต่างให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

บทที่ 2

เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกดกาแฟแบบดริปด้วยวัสดุที่แปรรูปจากหวาย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงแนวคิดและทฤษฎีด้านการออกแบบเพื่อเป็นพื้นฐานด้านการศึกษาโดยมีแนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การดริปกาแฟ
 - 1.1 ความรู้เกี่ยวกับการชงกาแฟ
 - 1.2 ความเป็นมาของการสกดกาแฟแบบดริป
 - 1.3 ความสำคัญและรูปร่างของดริปเปอร์
2. ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
 - 2.1 ความสำคัญและศักยภาพของหวาย
 - 2.2 หวายกับงานจักสาน
 - 2.3 รูปแบบลวดลายการจักสาน
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
 - 3.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
 - 3.2 องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
 - 3.3 นวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 4.1 ความหมายพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - 4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการชงกาแฟในครัวเรือน
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การดริปกาแฟ

1.1 ความรู้เกี่ยวกับการชงกาแฟ

วิธีในการชงกาแฟหรือการสกัดกาแฟนั้นมีหลากหลายวิธีด้วยกันทั้งที่สามารถทำเองได้ที่บ้าน หรือจากการซื้อจากร้านคั่วกาแฟนอกบ้าน ซึ่งวิธีการสกัดกาแฟนั้นได้ถูกนำมาปรับใช้และพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัย เพื่อให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะการดื่มกาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันไปแล้ว อีกทั้งยังให้รสชาติความอร่อยของกาแฟที่แตกต่างกันอีกด้วย ซึ่ง (JAMES HOFFMAN , 2559) ได้กล่าวไว้ว่าพฤติกรรมของการชงกาแฟของผู้บริโภคประกอบด้วย 7 วิธีดังนี้

1. การชงแบบเอสเพรสโซ (ESPRESSO) เป็นการสกัดกาแฟโดยใช้เครื่องจะสังเกตเห็นได้ตามร้านคั่วกาแฟทั่ว ๆ ไปถือเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของธุรกิจร้านคั่วปลีก เช่น ในวัฒนธรรมกาแฟอิตาลีเลยเป็นที่ได้รับความนิยมในวงกว้าง หรือแม้กระทั่ง Espresso ในรูปแบบของร้านอาหารสะดวกซื้อแบบอเมริกันก็มีการกระจายตัวเป็นวงกว้างรอบโลก

2. เครื่องชงสุญญากาศ (VACUUM POT) ปัจจุบันมักเรียกกันว่า เครื่องชงแบบไซฟอน (Syphon Brewer) ซึ่งเป็นวิธีการชงแบบโบราณแต่สามารถสร้างความเพลิดเพลินระหว่างทำการชงได้ โดยจะประกอบด้วยโถสองโถซึ่งขั้นตอนทั้งหมดนั้นจะอาศัยหลักฟิสิกส์ จึงทำให้การชงกาแฟด้วยวิธีนี้จะค่อนข้างยาก เพราะต้องมีอุปกรณ์เพิ่มเติมเพื่อให้ความร้อนแยกต่างหาก

3. การชงด้วยเครื่องชงฟิลเตอร์ไฟฟ้า มีข้อดีของเครื่องชงไฟฟ้าคือไม่ต้องคั่วกาแฟในแต่ละขั้นตอนด้วยตนเอง อีกทั้งสามารถทำซ้ำได้ แต่ต้องพึงระวังในเรื่องของความสม่ำเสมอของปริมาณกาแฟและปริมาณของน้ำที่ใส่ลงไปนเครื่อง ผู้บริโภคที่ใช้ในบ้านส่วนใหญ่มักชงกาแฟไม่ได้ดี เนื่องจากไม่สามารถต้มน้ำให้ได้อุณหภูมิที่เหมาะสม

4. การชงแอโรเพรส (AEROPRESS) คือวิธีการสกัดกาแฟที่มีการผสมผสานวิธีการชงของสองแบบเข้าด้วยกัน เริ่มด้วยการนำน้ำและกาแฟที่บดแล้วที่ชงเข้าด้วยกัน ซึ่งคล้ายกับการชงด้วย French Press แต่ขั้นตอนสุดท้ายน้ำจะถูกดันด้วยลูกสูบผ่านกาแฟและกระดาษกรอง ซึ่งมีความคล้ายกับการชงกาแฟแบบ Espresso และแบบ Filter

5. การชงมอคค่าพอตแบบตั้งเตา (STOVE-TOP MOKA POT) คือ การชงที่เริ่มต้นจากการเอาเมล็ดกาแฟไปทำการบด จากนั้นใส่ไปในที่กรวยแล้วเติมน้ำ ประกอบหม้อต้ม เอาไปตั้งบนเตาและรอประมาณ 4-5 นาที น้ำร้อนจากก้นหม้อจะดันน้ำกาแฟสดขึ้นมาสามารถนำกาแฟที่ได้ไปทำได้ทั้งเครื่องต้มแบบร้อน และแบบเย็น

6. การชงแบบเฟรนช์เพรส (FRENCH PRESS) เป็นวิธีการชงกาแฟที่ประหยัดและส่วนใหญ่มีอุปกรณ์อยู่แล้วที่บ้าน เพราะเป็นอุปกรณ์การชงกาแฟแบบแช่ ซึ่งวิธีนี้จะปล่อยให้

กาแฟชงน้ำและสกัดกาแฟออกมาได้อย่างสม่ำเสมอแทนที่จะปล่อยให้ น้ำไหลผ่านกาแฟที่บดแล้ว เพียงอย่างเดียว

7. การชงแบบพัวโอเวอร์หรือฟิลเตอร์ (POUR-OVER OR FILTER BREWERS) หรือที่รู้จักกันว่า ดริปคั่วว่า Pour Over ใช้สำหรับวิธีชงหลายวิธี โดยมีองค์ประกอบที่เหมือนกัน คือจะใช้ขั้นตอนการชงผ่าน ซึ่งหมายความว่าน้ำจะซึมตัวกาแฟ และสกัดเอารสชาติออกมา ระหว่างที่น้ำกำลังไหลผ่านกาแฟที่บดแล้ว ซึ่งหลักการสำคัญในการชงด้วยวิธีนี้มีปัจจัยอยู่สาม อย่างที่ส่งผลต่อรสชาติกาแฟ ดังนี้ (1) ระดับของการบดกาแฟหากกาแฟมีความละเอียดเท่าไรน้ำที่ ซึมผ่านลงไปก็จะยิ่งสกัดกาแฟออกมามากขึ้นเท่านั้น (2) ระยะเวลาที่น้ำสัมผัสกับกาแฟ หมายถึง ความเร็วของน้ำที่ไหลผ่านกาแฟและความเร็วในการเทน้ำลงไปบนกาแฟสามารถยืดระยะเวลาชง (3) ปริมาณของกาแฟ หากยังมีกาแฟมากเท่าไรน้ำก็ยิ่งใช้เวลาไหลผ่านตัวกาแฟด้วยมากยิ่งขึ้น เช่นกัน

ซึ่งจะเห็นว่าวิธีการสกัดกาแฟนั้นมีหลากหลายวิธี และมีความยากง่ายหรือจุดเด่นที่ แตกต่างกันแต่ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ตอบโจทย์กับผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบใน กรรมวิธีการชงกาแฟ และรสชาติความเข้มข้นของกาแฟรวมถึงอุปกรณ์การชงที่แตกต่างกัน โดยที่ บางวิธีนั้นสามารถหาซื้ออุปกรณ์ได้ง่ายและมีราคาที่ไม่สูงจนเกินไป ซึ่งในส่วนของร้านค้ากาแฟก็มี การปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อให้ตอบโจทย์กับผู้บริโภคกาแฟในปัจจุบันมากยิ่งขึ้นเช่นกัน จากผล สสำรวจของบริษัทเซนทรัลเรสเทอรองส์กรุ๊ปจำกัด ได้กล่าวว่าในปี 2563 มูลค่าของตลาดกาแฟใน ประเทศไทยนั้นมีมูลค่าสูงถึง 60,000 ล้านบาท โดยแบ่งสัดส่วนเป็น การดื่มกาแฟในบ้าน และการ ดื่มกาแฟนอกบ้าน ซึ่งสัดส่วนของการดื่มกาแฟในบ้านมีการเติบโตสูงขึ้นจากปี 2562 ถึง 10% แต่ ในทางกลับกันในสัดส่วนของการดื่มกาแฟนอกบ้านนั้นมีอัตราที่ลดลงถึง 30-40% (Positioning, 2564 ออนไลน์)

สรุปได้ว่าผู้คนนั้นได้ให้ความสนใจกับการดื่มกาแฟที่บ้านมากขึ้น เนื่องจากมีเวลาอยู่ ที่บ้านมากขึ้นจึงทำให้ต้องหากิจกรรมใหม่ ๆ หรือวิถีชีวิตที่แตกต่างจากเดิม ซึ่งกาแฟก็มีวิธีแบบ ใหม่ที่กำลังเป็นกระแสอยู่นั้นก็คือการชงกาแฟแบบดริป หรือที่เรียกว่าการชงแบบพัวโอเวอร์ นั้นเอง (POUR-OVER)

1.2 ความเป็นมาของการสกัดกาแฟแบบดริป

ในปี ค.ศ. 1908 แม่บ้านชาวเมืองเดรสเดนในเยอรมันชื่อ อะเมลี ออกุสต์ เมลิตต้า เบนตซ์ (Amalie Auguste Melitta Bentz) ซึ่งไม่ถูกใจนักกับรสชาติของกาแฟต้ม เพราะมีกา กาแฟสดที่หลุดติดลงมาในถ้วยกาแฟด้วยจึง อยากที่จะสกัด “รสชม” ออกจาก “กาแฟต้ม” อันเคย

ชินที่ดื่มกินกันมาอย่างยาวนาน จึงได้มีการเริ่มต้นศึกษาการชงกาแฟในหลากหลายรูปแบบ จนสุดท้ายไปลงตัวที่วิธีการนำกระดาษมาเป็นตัวกรองของกาแฟ โดยใช้หม้อทรงแบนเจาะรูเล็ก ๆ 5 รูตรงกลาง แล้ววางบนกระป๋องซึ่งทำหน้าที่รองรับน้ำกาแฟต่อมาก็นำกระดาษวางไว้ในหม้อที่ถูกเจาะรู และใส่ผงกาแฟลงไป แล้วค่อยๆรินน้ำร้อนลงไปช้า ๆ เพื่อให้ได้รสชาติกาแฟที่มีความกลมกล่อมและไม่มีเศษของกาแฟติดอยู่ในแก้วอีกต่อไป (Smebiznews,2563 ออนไลน์)



ภาพประกอบ 1 ตัวอย่างอุปกรณ์ดริปกาแฟในอดีต

จนต่อมาในปีค.ศ. 1936 บริษัท Melitta ได้เปิดตัวกระดาษกรองทรงกรวย (อย่างที่ใช้กันในปัจจุบันไปทั่วโลก) เป็นครั้งแรก พร้อมๆ กับพัฒนาอุปกรณ์รูปทรงสี่เหลี่ยมคางหมู ทำจากเซรามิคซึ่งเรียกกันว่า ดริปเปอร์ (Dripper) เข้ามาใช้แทนที่หม้อทรงแบนเจาะรู เพื่อใช้คู่กับกระดาษกรองแบบใหม่ และบีมตราแบรนต์ Melitta แสดงสิทธิความเป็นเจ้าของไว้ด้านข้างดริปเปอร์ นับจากบัดนั้นมา(SMEBIZNEWS, 2563) (Smebiznews,2563 ออนไลน์) จนมาถึงในปัจจุบันกาแฟดริปกลายเป็นหนึ่งรูปแบบในการชงกาแฟดื่มที่ได้รับความนิยมไปทั่วทุกมุมโลก เพราะมีวิธีที่ง่าย อีกทั้งยังสามารถดึงรสชาติของกาแฟคั่วบดออกมาได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ แต่สำหรับคอกาแฟนั้นหากวิเคราะห์ลงลึกในรายละเอียดแล้วจะพบว่าการดริปกาแฟนั้นล้วนแฝงไปด้วย “ศาสตร์” และศิลป์ในทุกขั้นตอนการดริปกาแฟ

1.3 ความสำคัญและรูปร่างของดริปเปอร์

ในปัจจุบันนั้นสามารถพบเห็นคนชงกาแฟดริปได้อย่างแพร่หลายมากขึ้นไม่ว่าจะตามร้านกาแฟสด ตามที่ทำงาน หรือแม้แต่ตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติก็มีไม่น้อยเช่นกัน โดยหลักทั่วไปแล้วตัวแปรที่ส่งผลในการดริปกาแฟให้ได้กลิ่นและรสชาติออกมาดีนั้นมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เริ่มตั้งแต่อัตราส่วนปริมาณกาแฟต่อน้ำ, ขนาดผงกาแฟคั่วบด, กาที่ใช้เทน้ำ, รูปแบบของการเทน้ำ, ระยะเวลาในการชง, อุณหภูมิของน้ำที่ใช้, ระดับการคั่วของเมล็ดกาแฟ, นาฬิกาจับเวลา, ताขั้ดิจิทัล ไปจนถึงประเภทกระดาษกรอง รวมถึงลักษณะของ “ดริปเปอร์” ซึ่งเป็นภาชนะที่มีรูระบายน้ำอยู่ตรงกลางใช้คู่กับกระดาษกรอง ดริปเปอร์ จึงถือเป็นหนึ่งในอุปกรณ์ที่สำคัญที่สุดและขาดไม่ได้ในการทำกาแฟดริป ซึ่งดริปเปอร์ที่อยู่ในตลาดในปัจจุบันนั้นมีข้อแตกต่างกันสามประการดังนี้

1. รูปร่างของดริปเปอร์ เช่น ทรงกรวย หรือ V60 และ ทรงตะกร้า ก้นตัด
2. วัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตดริปเปอร์ เช่น พลาสติก, เซรามิก, แก้ว, และโลหะ วัสดุต่างชนิดจะส่งผลในเรื่องของการเก็บกักความร้อนกระจายความร้อนที่แตกต่างกัน
3. ขนาดของดริปเปอร์ ขนาดที่จะรองรับกับปริมาณผงกาแฟและน้ำได้ ซึ่งส่งผลต่อจำนวนกาแฟที่ได้ (KURASU, 2565)

2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

2.1 ความสำคัญและศักยภาพของหวาย

หวาย เป็นไม้เลื้อยที่ถูกจัดอยู่ในตระกูลของปาล์ม เป็นไม้ที่พบได้ในเขตร้อน โดยมีคุณสมบัติพิเศษคือมีความเหนียว สามารถดัด หรือขดตัวได้ ด้วยคุณสมบัติพิเศษนี้ ทำให้หวายกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่นิยมนำมาใช้เป็นเครื่องจักสาน เพราะเมื่อนำหวายมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปจะมีน้ำหนักเบาสามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย มีต้นทุนในการผลิตในด้านของทรัพยากรที่ถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ และยังสามารถใช้ได้แทบทุกส่วนของลำต้น อีกทั้งในประเทศไทยพบหวายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติอยู่ประมาณ 7 สกุล 103 ชนิด ซึ่งพบมากถึงครึ่งหนึ่งของสกุลหวายที่พบทั่วโลกและมีปริมาณเป็นหนึ่งในสามของประเทศในโซนแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทย ตั้งแต่หน่อหวาย ลำหวาย ใบ ราก และผล โดยประโยชน์ของหวายสามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้านหลัก ๆ ดังนี้

1. ด้านอาหาร สามารถนำมาใช้ประกอบอาหารได้หลายชนิดทั้งจากส่วนหน่ออ่อนและผล

2.ด้านเครื่องเรือนเครื่องใช้ เนื่องคุณสมบัติของหวายมีน้ำหนักเบา มีความเหนียว และยืดหยุ่นสูง และที่สำคัญคือมีราคาที่ไม่สูงมากนัก จึงได้รับความสนใจในการนำมาใช้เป็นวัสดุแปรรูปเพื่อทำเฟอร์นิเจอร์ เครื่องมือเกษตรกรรม ประมง และเครื่องกีฬา เป็นต้น

3.ด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากประโยชน์ในการนำมาประกอบอาหาร และสร้างผลิตภัณฑ์แล้ว หวายยังเป็นพืชดัชนีที่ชี้วัดความอุดมสมบูรณ์ของสภาพป่า และความหลากหลายของพืชพรรณในป่า เพราะเป็นพืชเศรษฐกิจท้องถิ่นที่สามารถปลูกในเขตพื้นที่อนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพป่า (กรมป่าไม้, 2555)

โดยกรมป่าไม้ ได้กล่าวอีกว่าการส่งออกสินค้าจากหวายในช่วง 6 ปี ระหว่างปีพ.ศ. 2555-2560 มีมูลค่ารวม 1,062 ล้านบาท โดยมูลค่าการส่งออกหลักจะขึ้นอยู่กับสินค้าประเภทหวายที่ไม่แปรรูป ในขณะที่การนำเข้าสินค้าจากหวายมีมูลค่าการนำเข้ารวม 3,749 ล้านบาท โดยมูลค่าการนำเข้าหลักจะขึ้นอยู่กับสินค้า ทั้งนี้แนวโน้มการนำเข้าและการส่งออกสินค้าจากหวายปริมาณลดลง เป็นเพราะความต้องการใช้สินค้าหรือการตลาดของหวายยังไม่สามารถครอบคลุมผู้บริโภคทั้งหมด โดยคู่ค้าที่สำคัญของไทย คือ อินเดีย ฝรั่งเศส อังกฤษ ไต้หวัน และมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดจำหน่ายสินค้าที่มาจากหวาย เช่น เฟอร์นิเจอร์จักสาน ขณะที่บางตลาดต้องการลำหวายเพื่อนำไปแปรรูปต่อ โดยคู่แข่งทางการตลาด ได้แก่ อินโดนีเซีย จีน ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ลาว เป็นต้น ที่มีการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ของจักสาน และลำหวายเช่นเดียวกัน




2.2 หวายกับงานจักสาน

หวายกับการจักสานนั้นเป็นสิ่งหนึ่งของงานหัตถกรรม ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นก็จะมี การทำชิ้นงานที่มีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป แต่จะเน้นการคำนึงถึงประโยชน์จากการใช้งานเป็นหลัก โดยหวายที่จะนำมาทำการจักสานจะต้องเป็นหวายที่มีขนาดเล็ก เช่น หวายหอม หวายขนุน หวายน้ำ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่นิยมและสามารถพบเห็นได้ในปัจจุบัน เช่น ตะกร้า กระเช้าตะกร้อ กระเป่า หมวก ภาชนะใส่ผลไม้ เป็นต้น แต่เครื่องจักสานจากหวายที่พบเห็นมากที่สุด คือ ตะกร้าหวี ซึ่งเป็นที่นิยมของคนภาคกลาง โดยจะมีรูปร่างและขนาดตลอดจนลวดลายในการสานที่แตกต่างกันออกไปโดยเปลี่ยนแปลงตามความชื่นชอบของผู้บริโภคของแต่ละท้องถิ่น และประโยชน์ใช้สอย เช่น ตะกร้าหวีในพื้นที่จังหวัดอ่างทอง พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี สุพรรณบุรี นั้นนิยมใช้ตะกร้าหวีรูปไข่ มีหูหิ้วข้างบนซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย




2.3 รูปแบบลวดลายการจักสาน

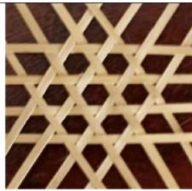



ลวดลายการสานที่ถูกนำมาจักสานเพื่อขึ้นรูปทรงของเครื่องจักสานนั้นเป็นวิธีที่มีแบบแผน อย่างเป็นระบบหรือกล่าวได้ว่าต้องอาศัยความประณีต เพื่อการสร้างโครงสร้างของเครื่องจักสานให้เกิดการเชื่อมต่อของเส้นหวายกันไปมา โดยนำลักษณะการขัดกันของเส้นตอกหรือวัสดุอื่นที่ใช้จักสานได้ เพื่อให้เกิดแรงยึดระหว่างกันจนเป็นผืนแผ่นเพื่อเป็นผนังของโครงสร้างเครื่องจักสานตามต้องการ (ศักดิ์ชาย สิกขา 2544 : 15) อีกทั้งลายสานที่เกิดขึ้นถือได้ว่าเป็นการปรับปรุงแก้ไขของมนุษย์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยในอดีตมนุษย์พบว่า สิ่งที่ธรรมชาติสร้างให้ไม่สอดคล้องต่อการนำไปใช้งานในชีวิตจริง มนุษย์จึงทำการเริ่มปรับปรุงเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปทรงของสิ่งต่าง ๆ และการที่มนุษย์ดัดแปลงรูปทรงของสิ่งแวดล้อมนับว่ามนุษย์ได้เริ่มต้นการออกแบบ (นวลน้อย บุญวงษ์ 2539 : 8) ซึ่งผู้วิจัยพบว่ามีลวดลายที่ได้รับความนิยมและมีความน่าสนใจในการทำมาประยุคต์ในปัจจุบัน จำนวน 17 ลวดลายโดยแบ่งได้ตามตารางดังนี้ (ประทักษ์ คุณทอง, 2565)

ตาราง 1 แสดงลวดลายจักสาน

ลำดับ	รูปแบบลวดลาย	ข้อมูลที่ได้
1		ชื่อลวดลาย : ลายตีหล่ม ข้อมูล : เป็นลายที่อยู่ส่วนท้ายของตะกร้าหาบ โดยเป็นทรงกระบอกกันสอปเป็นสี่เหลี่ยมใช้หาของได้ หรือสามารถในการหิ้วและการหาบคอน
2		ชื่อลวดลาย : ลายตีสามชั้นลง ข้อมูล : มาจากภาชนะประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน คือหวดนั่งข้าวเหนียว โดยมีลักษณะทรงจั่ว ใช้ลายขัด สาม และสองเป็นตัวประสานของภาชนะ
3		ชื่อลวดลาย : ลายครูป ข้อมูล : เป็นลวดลายที่พบบนภาชนะใช้นั่งข้าว คือ มวยน ซึ่งมีลักษณะเป็นทรงกระบอก จะมีลักษณะคล้ายๆกับหวดนั่งข้าวเหนียวแต่มีความแข็งแรงทนทานกว่า

ลำดับ	รูปแบบลวดลาย	ข้อมูลที่ได้
4		ชื่อลวดลาย : ลายครุ ข้อมูล : เป็นลายที่อยู่ด้านข้างของครุซึ่งมีรูปทรงเป็นทรงระบอก กันสอปเป็นสี่เหลี่ยมคล้ายตะกร้าหาบ โดยใช้ตีกและบรรจุน้ำ
5		ชื่อลวดลาย : ลายกันลิง ข้อมูล : เป็นลายสานที่อยู่ส่วนท้ายของกระติบข้าวเหนียวโดยกระติบนี้จะมีรูปทรงเป็นกระบอกลูกคล้ายกระป้อมมีลักษณะคล้ายก่องข้าวแต่ไม่มีขา สำหรับใส่ข้าวเหนียวนี้
6		ชื่อลวดลาย : ลายสาม ข้อมูล : เป็นลวดลายที่พบบนภาชนะเครื่องใช้ภายในบ้านคือ กระจาด ซึ่งเป็นภาชนะใส่ของไปในสถานที่ต่างๆ มีรูปทรงเป็นปากกลมกันสอปเป็นสี่เหลี่ยม
7		ชื่อลวดลาย : ลายตาแหลวมืด ข้อมูล : เป็นลายที่พบบนส่วนฝาปิดของก่องข้าว มีความเหนียวและทนทาน โดยก่องข้าวมีรูปทรงเป็นทรงกระบอกตรงกลางมีลักษณะป้องผายออกมา มีฝาปิดมาษาหรือฐานเป็นไม้เป็นกากบาทไขว้

ลำดับ	รูปแบบลวดลาย	ข้อมูลที่ได้
8		ชื่อลวดลาย : กระดังที่ต ข้อมูล : เป็นลายคล้ายลายซัดตะ ซึ่งเป็นลายเดียวที่ใช้ทำกระดัง โดยกระดังมีรูปทรงกลมแบน ใช้สำหรับปิดสิ่งที่ไม่ต้องการออกเมล็ดจากข้าวเปลือก หรือเมล็ดพันธุ์พืช
9		ชื่อลวดลาย : ลายสองชั้นลง ข้อมูล : จักสานอยู่ในภาชนะที่ใช้ภายในบ้าน คือ กระชอน และหวดนึ่งข้าวเหนียว โดยใช้กรองกะทิกรองเศษวัสดุที่ไม่ต้องการต่างๆ โดยมีรูปลักษณะเป็นครึ่งวงกลม
10		ชื่อลวดลาย : ลายสอง ข้อมูล : เป็นลายที่พบบน ตะกร้าหาบของและกระจาดตามหน้าที่ใช้สอยที่คล้ายคลึงกันโดยใช้ใส่ของได้สารพัดโดยทั้งสองภาชนะนี้มีส่วนคล้ายกันคือปากกลม กันสอปกันเป็นสี่เหลี่ยม
11		ชื่อลวดลาย : ลายหน่วย ข้อมูล : เป็นลายที่พบบนฝาซึ่งจะอยู่ด้านข้างของฝาซึ่งเป็นภาชนะปิดครอบอาหาร โดยฝาซึ่งเป็นรูปทรงจั่วโดยมีลักษณะที่ต่างกับที่สอดฝาซึ่งจะมีทั้งมีจุดและไม่มีจุด

ลำดับ	รูปแบบลวดลาย	ข้อมูลที่ได้
12		ชื่อลวดลาย : ลายตาแหลาว(ลายเลลาว) ข้อมูล : เป็นลายของชะลอมบรรจุข้าวของเครื่องใช้จะประกอบด้วยเส้นคอกที่ใช้สานจำนวน 3 เส้น วางชิดกันในแนวทแยง มีประโยชน์ใช้สอยต่าง
13		ชื่อลวดลาย : ลายข้างกระแต ข้อมูล : เป็นลายที่นำเอารูปแบบทางธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ส่วนมากมักนิยมสานบนกระติบข้าวเหนียวเพื่อความสวยงาม
14		ชื่อลวดลาย : ลายดอกฝักแวน ข้อมูล : เป็นลายที่นำเอารูปแบบทางธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ส่วนมากมักนิยมสานบนกระติบข้าวเหนียวเพื่อความสวยงาม
15		ชื่อลวดลาย : ลายขอ ข้อมูล : เป็นลายที่ประยุกต์ขึ้นมาใหม่ซึ่งจะแตกต่างจาก ลายขอ จากท้องถิ่นอื่นด้วยเรื่องการยกขึ้น-ลงของเส้นตอก ต่างจากลายขอถ่ายที่เป็นลายดั้งเดิมมักนิยมสานบนกระติบข้าวเหนียวเพื่อความสวยงาม

ลำดับ	รูปแบบลวดลาย	ข้อมูลที่ได้
16		ชื่อลวดลาย : ลายซิด ข้อมูล : เป็นลายดั้งเดิมของท้องถิ่น พบได้ทั่วไปแต่ลายซิด ที่บ้านหนองซอน รูปแบบลวดลายต่างจากที่อื่นๆ เน้นความเรียบง่าย ไม่ประณีตมากนัก ถ้าเทียบกับ ลายซิด จากท้องถิ่นอื่น มีรูปลักษณะตัวงานของลวดลายที่ชัดเจน
17		ชื่อลวดลาย : ลายปลา ข้อมูล : เป็นลายที่นำเอารูปแบบทางธรรมชาติของปลามาประยุกต์ใช้สานเป็นกลุ่มจังหวัดพะเยา จังหวัดแม่ฮ่องสอนบนกระติบข้าวเหนียวเพื่อความสวยงาม

สรุปได้ว่าลวดลายของการจักสานในแต่ละแบบนั้นล้วนมีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่ช่วยสะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของชาวบ้านหรือวัฒนธรรมของชาวบ้านในแต่ละพื้นที่ที่อาศัยความปราณีต และความชาญฉลาดในการเลือกวัตถุดิบมาดัดแปลงแปรรูปมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแต่สนองในด้านของการใช้สอยเป็นหลัก ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษมาจนถึงปัจจุบัน

3. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

3.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Crafts Product) ความหมายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ผู้ออกแบบและผู้ผลิตส่วนใหญ่มักจะเป็นคนเดียวกันได้มีการสัมผัสกับผลิตภัณฑ์นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ และมีการสอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวเข้าไปในผลงานระหว่างที่ทำ เช่น สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นฝีมือของ ชาวบ้าน (Handmade) จุดประสงค์แบบดั้งเดิมคือ ทำขึ้นเพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิตหรือการใช้ชีวิตประจำวัน และเสน่ห์คือความไม่เหมือนกันของผลงานแต่ละชิ้นเป็นงานประดิษฐ์ที่มีความละเอียดอ่อน ความปราณีต และเครื่องจักรสามารถทำตามได้ยาก

3.2 องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

งานหัตถกรรมมีบทบาทสำคัญกับวิถีชีวิตของชาวชนบทมาเป็นเวลานาน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติตามสภาพภูมิศาสตร์และการประกอบอาชีพเกษตรกรรมที่มีอยู่จำนวนมาก จึงทำให้เกิดการสร้างเครื่องมือหรือเครื่องใช้ที่ทำขึ้นจากวัสดุพื้นบ้านที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้เองเป็นส่วนมาก ดังนั้นเครื่องจักสานจึงเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ที่สนองความต้องการในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น เพื่อใช้สอยภายในครอบครัว เช่นการทอผ้า การทำภาชนะจากเครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ถูกสร้างด้วยวัสดุที่ได้จากการหาจากท้องถิ่นหรือจากธรรมชาติ งานหัตถกรรมจึงมีความสำคัญในการแสดงออกถึงศิลปะที่แฝงไว้ด้วยวิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรม และประเพณีของท้องถิ่นของคนไทย (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ 2532 : 15)

ซึ่งสามารถแบ่งองค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้ดังนี้

3.2.1. ต้องแสดงถึงคุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์และศิลปะวัฒนธรรมของท้องถิ่น

3.2.2. วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่นต้องสามารถผลิตได้จริง โดยผ่านการใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน

3.2.3. ราคาที่สามารถซื้อได้ ไม่แพง เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น และมีราคาที่เหมาะสม

3.2.4. มีความสวยงาม และน่าสนใจ หรือมีรูปแบบที่แปลกใหม่ สะดุดตาผู้บริโภค แต่ยังสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้

3.2.5. มีความสะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง มีขนาดที่พอเหมาะ สามารถบรรจุหรือขนส่งได้อย่างปลอดภัย

3.3 นวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

โทมัส ฮิวส์ (Hughes, 1987) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า ต้องเป็นการใช้วิธีการใหม่มาทำการปฏิบัติหลังจากที่ได้ผ่านการทดลองและพัฒนา โดยจะต้องเป็นกระบวนการตามลำดับแบบแผนจึงจะสร้างความแตกต่างให้กับการปฏิบัติแบบเดิมที่เคยเป็น

(Morton, 1971) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมไม่ใช่การล้มล้างสิ่งเก่าที่มีอยู่ แต่คือการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อความอยู่รอด เพราะฉะนั้นความหมายโดยรวมของการสร้างนวัตกรรมก็คือ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากวิธีการเดิมพร้อมกับผ่านการทำการทดลองหลายครั้งจนเกิดความเชี่ยวชาญและค้นพบว่าเป็นผลงานที่สามารถสร้างความแปลกใหม่ได้

การสร้างนวัตกรรมทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจะต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงการออกแบบและกระบวนการผลิตที่มีการผสมผสานระหว่างขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัยเข้าด้วยกัน การประดิษฐ์และสร้างสรรค์วัสดุ รูปแบบและกระบวนการผลิตที่สร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์เองและในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันด้วย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การออกแบบ (Design) ส่วนใหญ่จะใช้หลักการทั่วไปในการออกแบบที่เป็นพื้นฐานในการออกแบบ

ความงาม (Artistic & Aesthetic Value) ขนาดและสัดส่วน (Size & Proportion) ต้องมีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์และเหมาะสมกับการใช้งาน เช่น ของที่ระลึกก็ควร จะมีความกะทัดรัด สามารถพกพาได้ง่ายเพื่อสามารถเป็นของฝากได้ เป็นต้น รูป ร่าง รูปทรง (Shape & Form) นั้นจะสร้างความแตกต่างและมีแนวคิดที่ใช้ในการทำการออกแบบได้อย่างชัดเจนและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โครงสร้าง (Structure) ความแข็งแรงของโครงสร้างซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบที่ออกแบบไว้ สี สัน (Color) สีของวัสดุแบบเดิม สีธรรมชาติหรือการผสมผสานระหว่างวัสดุ ลาย (Pattern) เกิดขึ้นมาจากพื้นผิวของวัสดุ หรือ การสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ว่าจะอยู่ในประเภทใด

ประโยชน์ใช้สอย (Function Value) สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวก และมีความเหมาะสมในด้านราคา รวมถึงมีประโยชน์มากกว่าหนึ่งอย่างก็จะมีช่วยสร้างข้อได้เปรียบให้กับผลิตภัณฑ์ได้

กระบวนการผลิต (Production Process) การเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการผลิต เพื่อสร้างความแตกต่างในรูปลักษณะใหม่และทำการผสมผสานระหว่างวัสดุเดิมเข้ากับวัสดุอื่นที่แตกต่างจากวัสดุเดิม จึงสรุปได้ว่าการสร้างนวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ไม่ใช่สิ่งที่ไกลตัวสำหรับผู้ผลิตจนเกินไป ทุกคนสามารถที่จะสร้างนวัตกรรมได้ เพียงแต่จำเป็นต้องสร้างให้มีความแตกต่างจากสิ่งเดิมที่มีอยู่ และการสร้างผลงานที่ผสมผสานระหว่างการออกแบบและกรรมวิธีการผลิตต้องคำนึงถึงที่มาของผลิตภัณฑ์อันแสดงถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่นเพื่อให้เกิดการต่อยอดจากภูมิปัญญาเดิมที่มีอยู่ การอธิบายได้ถึงที่มาในการสร้างสรรค์ แต่ให้อยู่ในกรอบของสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ไม่จำเป็นต้องสร้างสรรค์มากจนเกินไปจนดูเหมือนเป็นการบิดเบือนและทำลายความงามของคุณค่า วัสดุเดิม หรือเอกลักษณ์ประจำถิ่น เพียงแค่นี้การสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมก็น่าจะประสบผลสำเร็จ ได้ในระดับหนึ่ง (วัชรินทร์จรุงจิตสุนทร. 2548. หลักการและแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : แอปป้าพรินติ้งกรุ๊ป จำกัด. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. 2547)

ขอบเขตของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handy Craft) ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักจะเป็นคนเดียวกัน และได้มีการสัมผัสกับผลิตภัณฑ์นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ เช่น สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นฝีมือของชาวบ้าน จุดประสงค์ดั้งเดิมคือทำขึ้นเพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงอยู่ที่ความไม่เหมือนกันในรายละเอียดของแต่ละชิ้นงานซึ่งเป็นงานประดิษฐ์ที่ละเอียดอ่อนเครื่องจักรทำตามได้ยาก

- ส่วนประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
- คุณค่าและความสำคัญของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม
- มีเอกลักษณ์และศิลปะของวัฒนธรรมท้องถิ่น
- วัสดุและกรรมวิธีการผลิตมาจากท้องถิ่น
- สามารถผลิตได้จริงใช้สอยดีเหมาะสมกับวัสดุท้องถิ่น
- ความสวยงามและความน่าสนใจ
- รูปแบบแปลกใหม่สะดุดตา
- สะดวกสบายต่อการพกพาขณะเดินทาง
- ขนาดขนาดพอเหมาะบรรจุหีบห่อยากต่อการชำรุดเสียหาย

- ราคาที่ซื้อได้โดยอาศัยการตัดสินใจน้อย

- ราคาไม่แพงมีหลายราคาให้เลือก

คุณประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์

- เป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดความแตกต่างอย่างชัดเจนจากคู่แข่งหรือทำให้ดูสะดุดตาและง่ายต่อการจดจำ

- สร้างเอกลักษณ์สินค้าให้เกิดสัมผัสและรับรู้ที่ดีต่อองค์กรผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์

- รูปลักษณ์หรือลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบจะต้องสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้น

- เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้าได้

- การลดต้นทุนจะช่วยเพิ่มกำไร เช่น ออกแบบให้กระบวนการผลิตมีความง่ายลดขั้นตอนการเลือกใช้วัสดุภายในประเทศ

- ขยายตลาดสินค้าเช่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยไม่ใหม่สร้างความต้องการใหม่สร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดี

ความแปลกใหม่ (Innovative) หรือกล่าวได้ว่าต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำจากเดิมและสามารถนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านประโยชน์การใช้สอยที่ต่างจากรูปแบบเดิม หรือแม้กระทั่งวัสดุใหม่หรือที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้น

มีที่มา (Story) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติความเป็นมาหรือสามารถเล่าเรื่องได้ไม่ว่าจะเป็นต้นกำเนิดหรือความคิดของการออกแบบเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงเรื่องราวเหล่านั้นได้ เช่น นาฬิกาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ที่ได้กล่าวถึงต้นกำเนิดว่ามาจากช่างฝีมือในหมู่บ้านเก่าแก่หมู่บ้านหนึ่งที่มีการสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบันเป็นต้น

ระยะเวลาเหมาะสม (Timing) การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดนั้นเหมาะสมตามฤดูกาลหรือตามความจำเป็น หรือเหมาะสมกับผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อกันฝนก็ควรออกสู่ตลาดในช่วงหน้าฝน ราคาพอสมควร (Price) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายในตลาด โดยอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลก่อนทำการออกแบบและผลิต

มีข้อมูลข่าวสาร (Information) การสร้างการรับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีข้อมูลข่าวสารของตัวผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงผู้บริโภคได้ทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องในด้านของประโยชน์และวิธีการใช้งาน

เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายและต้องส่งผลทำให้เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมและศาสนา

มีอายุการใช้งาน (Life Cycle) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความแข็งแรง คงทนต่อการใช้งาน หรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และราคาที่จำหน่าย (มยุรี เรืองสมบัติ และคณะ, 2555)

จึงสามารถสรุปได้ว่าในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามนั้นต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ อีกทั้งยังต้องสามารถแสดงถึงความร่วมสมัยและประโยชน์ใช้สอยได้โดยขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ว่าอยู่ในประเภทใด ก็จะสามารถสร้างข้อได้เปรียบ หรือโอกาสในการแข่งขันได้

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

4.1 ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

Belch & Belch (1993) การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั้นต้องอาศัยการเข้าใจถึงความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งหมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลนั้น ๆ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการซึ่งประกอบด้วย การแสวงหา การเลือกหรือการซื้อและการประเมินผล

อรรยา บุญสกุลโสภิต (2555: 19) พฤติกรรมของผู้บริโภคถือเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ การแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ และประเมินผล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภคคือการเข้าใจถึงกระบวนการก่อนการตัดสินใจซื้อ เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยในการซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

จากความหมายในข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การแสดงออกถึงกระบวนการการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การใช้ และการประเมินผลสินค้าหรือบริการ รวมถึงกระบวนการหลังจากการใช้ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หรือไม่

4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ธีรเดช ดำรงค์พลาสีทธิ (2561 อ้างอิงใน บำรุง ศรีนวลปาน, 2561, หน้า 3-4) หัวหน้างานคอนเน็คทีฟเดียว ของบริษัท ดันน์ฮัมบี (ประเทศไทย) จำกัด ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค 4.0 (Behavior 4.0) นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะเด่น ดังนี้

4.2.1. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Connection) หมายถึง พฤติกรรมที่จำเป็นต้องอาศัยการพูดคุย และการสื่อสารกับผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา หรือสามารถกล่าวได้ว่าในทุกอิริยาบถ เช่น การนั่งรถ การรับประทานอาหารเช้า หรือเวลาทำงาน เป็นต้น

4.2.2 มีความอดทนจำกัด (Current) หมายถึง ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมใจร้อน อดทนต่ำ ชอบทำอะไรที่รวดเร็ว เบื้อง่าย ต้องการที่จะเข้าถึงข้อมูลและผู้คนแบบทันทีทันใด

4.3.3. ต้องการความสะดวกสบาย (Convenient) หมายถึง ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผลิตภัณฑ์นั้นได้ง่าย และมีความสะดวกรวดเร็ว

4.3.4. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสายสีโซเชียล (Community) หมายถึง ผู้บริโภคต้องการปกป้องสิทธิของผู้บริโภคด้วยตนเอง ทั้งในด้านของความถูกต้อง และความยุติธรรม โดยผ่านการแสดงความคิดเห็นจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นกระแสในสังคม เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างขึ้น และแพร่หลาย ซึ่งถูกเรียกว่า วัฒนธรรมฝูงชน(Crowd-Culture)

ตั้งใจวิไล อนันตชัย (2561 อ้างอิงใน บำรุง ศรีนวลปาน, 2561, หน้า 4) กล่าวว่า วัฒนธรรมของฝูงชน (Crowd-Culture) นั้นเป็นกระแสที่คนในสังคมจะให้ความสนใจกับคนที่ถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความยุติธรรมจากตราสินค้านั้น ๆ ซึ่งเป็นกระแสที่ตราสินค้าต้องให้ความสำคัญ เพราะหากสินค้านั้นหลอกหลวงหรือไม่จริงใจต่อผู้บริโภค จะทำให้สินค้านั้นถูกกลุ่มวัฒนธรรมฝูงชนเผยแพร่ข้อมูลเหล่านั้น และส่งผลต่อยอดขายได้

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนั้นมีความต้องการในด้านของความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลนั้น ๆ ได้ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยอยู่ตลอดเวลา ถ้าหากมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างทันที่ หรือมีการวิเคราะห์ พฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ก็จะสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันได้ผู้บริโภคได้มีการสร้างกลุ่มหรือชุมชนในโลกออนไลน์ที่ทำให้พวกเขาได้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์เดียวกันอยู่ว่าตราสินค้านั้นหลอกหลวงหรือไม่

5.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการชงกาแฟในครัวเรือน

(Monliga Songsuk, 2562) พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟที่ในครัวเรือนมีสาเหตุคือ เพื่อแบ่งเงินเหลือเก็บไปทำอย่างอื่น เนื่องจากกาแฟสดที่ขายกันอยู่ทุกวันนี้มีราคาที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ตามค่าครองชีพ อีกทั้งอาจจะได้รสชาติไม่คงที่ ดังนั้นการเลือกใช้เครื่องชงกาแฟสดใช้ในบ้านจึงถือเป็นทางเลือกที่ช่วยให้ประหยัดงบประมาณได้มากกว่าและได้รสชาติที่สามารถเลือกได้ด้วยตนเอง

(Marguerite Ward, 2560) การดื่มกาแฟในช่วงสายหรือช่วงบ่ายของวัน Laura Cipullo นักโภชนาการ ได้เผยว่า ในช่วงที่เราตื่นนอนขึ้นมาจะมีฮอร์โมนความเครียดจำนวนมาก ถ้าหากยิ่งเพิ่มคาเฟอีนเข้าไปอีก จะส่งผลให้เกิดเหนื่อยล้าในภายหลัง สำหรับช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การดื่มกาแฟควรเป็นช่วงที่ประมาณ 3 - 4 ชั่วโมงหลังจากตื่นนอนหรือดื่มกาแฟในช่วงบ่ายแทน (รัชณีเพชรดวง, ม.ป.ป.)

จากที่แนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟนอกเหนือจากการเลือกซื้อกาแฟดื่มจากร้านค้ากาแฟสดนอกบ้าน ก็ยังมีคนให้ความสนใจกับการชงกาแฟดื่มภายในบ้านของตนเอง เพราะการเลือกซื้อกาแฟนอกบ้านนั้น อาจจะไม่ได้ออกแบบหรือความต้องการของผู้บริโภคกาแฟได้ทั้งหมด เนื่องจากไม่สามารถควบคุมรสชาติของกาแฟ หรือแบบที่ตนเองชอบได้ ผสมกับเรื่องของราคาหากดื่มกาแฟทุกวันการเลือกชงกาแฟด้วยตนเองที่บ้านนั้นอาจจะเป็นทางเลือกที่ช่วยให้ประหยัดและควบคุมงบประมาณได้มากกว่า

6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์

(พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553) การแข่งขันที่เปิดกว้างมากขึ้นส่งผลให้การทำธุรกิจย่อมต้องมีหลักการ “คิด” ให้เหนือชั้นกว่าที่เคยเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการเริ่มมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสนใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ และยังสามารถรักษากลุ่มผู้บริโภครายเดิมให้คงอยู่ต่อไปได้นาน ๆ โดยในอดีตที่ผ่านมาหากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาด สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั่นเอง ที่ต้องมีคุณภาพที่ดีหรือเหนือกว่าของคู่แข่งในตลาด และตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่าแม้ว่าในปัจจุบันคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักอาจจะเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ จึงเป็นที่มาของเรื่องมูลค่าเพิ่มที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์หรือบริการจะเป็นตัวช่วยสร้างการดึงดูดหรือตัวช่วยที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจมากขึ้น หรือทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ

ดังนั้นการทำธุรกิจในปัจจุบันจะไม่ใช่เป็นการค้าขายสินค้าหรือบริการหลักเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องคำนึงถึงส่วนของการเพิ่มมูลค่าที่จะช่วยทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์เพิ่มมากขึ้น จึงจะสามารถสร้างความน่าสนใจเพิ่มขึ้นได้

การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นสามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งควรเริ่มต้นกระบวนการไปพร้อมกัน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือการมอบสินค้าหรือบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับกลุ่มเป้าหมายได้

ซึ่งมีหลักในการพิจารณาหาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากโอกาสต่าง ๆ ได้ดังนี้ คือ

1. การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ จะต้องคำนึงถึงความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลักหรือการเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ จึงจะค่อยพิจารณาถึงโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2. การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือแนวคิด (Concept) เป็นเรื่องที่มีความสำคัญที่สุด จึงต้องอาศัยองค์ความรู้ (Knowledge) เพื่อให้เข้าใจความเข้าใจพื้นฐานและบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี อีกทั้งต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) เพื่อให้เกิดแนวคิดที่มีความแตกต่างและโดดเด่น

3. การพิจารณาถึงเรื่องวัตถุดิบหรือการคัดเลือกทรัพยากรในการนำมาผลิตสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ที่มีเรื่องราวเฉพาะตัวจะเป็นส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้เช่นกัน เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่นนั้น ๆ จะมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่นและมีคุณค่า

4. การพิจารณาถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตสามารถลดขั้นตอนหรือมีวิธีที่แปลกใหม่ต่างจากวิธีเดิมจะช่วยสร้างคุณค่าได้มากยิ่งขึ้น

5. การพิจารณาถึงบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นขั้นตอนของการนำเสนอหรือมอบสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้รับ ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์นั้นจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่น ในเรื่องของความสะอาด การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือในด้านของความสวยงาม เป็นต้น

6. การพิจารณาถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือกล่าวได้ว่าเป็นการบริการเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นได้รับความสะดวกสบายในการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงการให้บริการข้อมูลเพิ่มเติมหรือการบริการหลังการขาย เป็นต้น

7. การสร้างแบรนด์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจในปัจจุบัน ในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปพร้อมกับการสื่อสารจากแบรนด์ให้ไปถึงผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าถึงได้

8. การพิจารณาถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มเรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคในด้านความสะดวกสบาย ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรงและพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปจากยุคสมัยและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น สถานการณ์ COVID-19 ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิดและ กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มจะช่วยให้ธุรกิจนั้นมีโอกาสหรือข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือสิ่งที่ช่วยสร้างโอกาสหรือข้อได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น โดยผ่านการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น โดยนอกเหนือจากการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าที่อยู่ในตลาดแล้ว การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นยังช่วยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค และทำให้การตัดสินใจซื้อได้ไวขึ้น และมีความมั่นใจที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของตราสินค้านี้ต่อไป

7.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชณี เพชรดวง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟ จำเป็นต้องคำนึงถึงความสำคัญประเด็นทางด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ผู้ชายและผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟควรคำนึงถึงต่อผู้ต้องการชงกาแฟในครัวเรือนของประชากรในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกตาม ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชงกาแฟในครัวเรือน ควรเน้นกลยุทธ์ทางการตลาด และการส่งเสริมการขายปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการชงกาแฟในครัวเรือนของประชากรในกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นควรให้ความสำคัญทางปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เน้นถึงความหลากหลาย มีคุณภาพสูง ทันสมัย มีการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า มีบริการหลังการขาย เพื่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และต้องสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

มยุรี เรืองสมบัติ (2555) ผลการวิจัยพบว่า หวายสังเคราะห์เป็นวัสดุที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ทดแทนเส้นหวายจากธรรมชาติส่วนผสมที่ใช้จะประกอบด้วย โพลีพรอปีลีน ,โพลีเอทิลีน ,ผงไม้, สารประสาน, สารหล่อลื่น, สารปรับปรุงคุณสมบัติการทนแรงกระแทกและยา EPDM ซึ่งเมื่อนำส่วนผสมดังกล่าวมาผ่านกระบวนการ อัดรีดขึ้นรูป ซึ่งมีคุณสมบัติหลากหลายกว่าหวายธรรมชาติ เหมาะจะนำมาทำเป็นเฟอร์นิเจอร์เพราะมีสีสันทน ลวดลาย และผิวสัมผัสใกล้เคียงกับหวายธรรมชาติ แต่มีความยืดหยุ่นดีกว่า คงทนต่อรังสียูวีและการสึกกร่อน สามารถใช้งานได้ทั้งภายในและ

ภายนอกอาคาร เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้แต่วัสดุชนิดนี้ไม่ทนต่อสารเคมีที่มีฤทธิ์กัดกร่อนรุนแรง ส่วนราคาจะสูงกว่า หวายธรรมชาติประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์เพราะเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้มีคุณสมบัติดีกว่า หวายธรรมชาติ ผู้ประกอบการควรใส่ใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสร้างให้เกิดมาตรฐานของสินค้าที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นที่มาช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ เพราะจากการศึกษาพบปัญหาการเอาเปรียบกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการในหลายประการ เช่น ควรระบุราคาของผลิตภัณฑ์ควร ระบุถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันการแอบอ้าง

สุชาติ อนวัช (2547) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน: กรณีศึกษาบ้านหนองแจง ตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านหนองแจงอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาในด้านของราคาอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์จักสาน จึงประกอบด้วย 1) บริหารโครงสร้างพื้นฐาน 2) การฝึกอบรมและศึกษาดูงาน 3) ประชาสัมพันธ์สินค้า 4) กำหนดบุคคลและสถานที่จัดจำหน่าย และ 5) ติดตามและประเมินผล

ทรงฤทธิ์ พรหมชินวงศ์ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเครื่องจักสานมวยบ้านหนองขาม ตำบลหนองขาม อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า เดิมผู้สานจะสานมวยเพื่อใช้ในครัวเรือนเมื่อประชากรเพิ่มขึ้นจำนวนมาก สังคมมีการเปลี่ยนไป ปัจจุบันจึงเป็นการผลิตหรือการสานเพื่อธุรกิจการค้า ซึ่งการค้าขายในปัจจุบันจะมีอยู่ 4 ลักษณะ คือ 1) ผลิตเองขายเอง ได้ราคาดีแต่ช้าและลำบาก 2.) ขายให้พ่อค้าคนกลางที่นำรถเข้าไปซื้อถึงหมู่บ้าน 3.) ผลิตแล้วส่งขายให้แก่ร้านค้ากลุ่มผู้ชาย ซึ่งผลผลิตจะต้องมีคุณภาพตามที่กลุ่มผู้ชายกำหนด จึงจะได้ราคาตามที่ตกลงกันไว้ 4.) ขายโดยส่วนราชการผ่านการจัดงานตลาดนัดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการผลิตและการตลาด พบว่าปัญหาในด้านวัตถุดิบคือ มีปริมาณของไม้ไม่เพียงพอต่อการนำมาใช้งาน

ศศิธร พรหมมาลา (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่ ด้านข้อมูลพฤติกรรมการซื้อกาแฟสด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคกาแฟสดโดยเฉลี่ยอาทิตย์ละ 2 – 3 ครั้ง ปกติบริโภคกาแฟสดช่วงเวลา 9.00 น. – 12.00 น. เมนูของกาแฟที่มีการบริโภคบ่อยที่สุดคือ คาปูชิโน ซึ่งเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือก

ซื้อกาแฟมากที่สุด คือ รสชาติของผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อกาแฟ และบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟ คือ ตนเอง



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา หรือ(R&D) โดยมีการทดลองผลิตต้นแบบและทดลองขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากการใช้งานจริงของผู้บริโภค จากนั้นนำแบบร่างไปสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ในการสอบถามเพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย ต่อไป

- 1.แหล่งข้อมูล
- 2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.ขั้นตอนการวิจัย
- 4.เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 5.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 6.การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา
- 7.การนำเสนอข้อมูล
- 8.ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โดยการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบไปด้วย 2 กลุ่มดังนี้

ประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟและสนใจการบริโภคกาแฟแบบดริป

กลุ่มตัวอย่างที่ 1

ผู้วิจัยใช้การทดลองขายผลิตภัณฑ์ดริปกาแฟจากวัสดุหวายแปรรูปผ่านทางออนไลน์ และเลือกผู้บริโภคจริงจำนวน 10 ท่าน และทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ 2

ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกาแฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวัสดุแปรรูปหวาย และลวดลายการจักสาน เพื่อนำมาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตรีปกาแพให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไว้ดังนี้

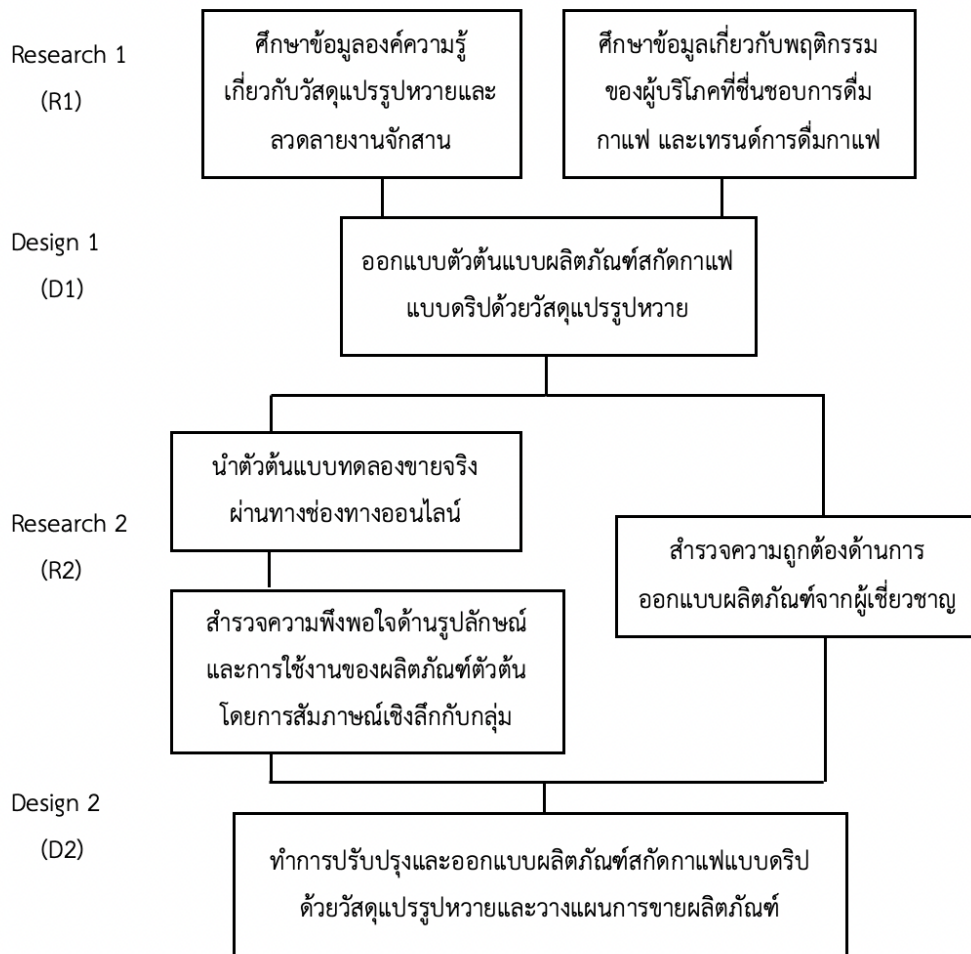
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์สกัดกาแพตรีป

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและพัฒนาลวดลายจากลายงานจักสาน

ขั้นตอนที่ 3 นำตัวต้นแบบขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์และเลือกผู้บริโภคจำนวนทั้งหมด 10 ท่าน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตีมกาแพ และนักออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ท่าน มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทำการสรุปผลและปรับปรุงแบบต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อเสนอแนะหรือข้อที่ควรแก้ไขปรับปรุงจากผู้บริโภค และจากผู้เชี่ยวชาญมาทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์

กรอบแนวคิดวิจัย



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดวิจัย

บทที่ 4

ผลดำเนินงานวิจัย

การวิจัยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย โดยผู้วิจัยขอเสนอผลที่ได้จากการดำเนินงาน ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทยและรูปแบบของผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟดริป

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายงานจักสาน

ขั้นตอนที่ 3 นำตัวต้นแบบขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์และเลือกผู้บริโภคจำนวน ทั้งหมด 10 ท่าน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการดื่มกาแฟ และนักออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ท่าน มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทำการสรุปผล และปรับปรุงแบบต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อเสนอแนะหรือข้อที่ควรแก้ไขปรับปรุงจากผู้บริโภค และจากผู้เชี่ยวชาญมาทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริป

1.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสานไทย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายจักสานที่มีอยู่ในประเทศไทยพบว่า ในปัจจุบันมีลวดลายอยู่หลากหลายรูปแบบ จึงทำการลงพื้นที่เพื่อสอบถามเกี่ยวกับลวดลายการจักสานเพิ่มเติม เพราะในการขึ้นรูปทรงหรือขึ้นชิ้นงานจักสานนั้นเป็นวิธีที่มีแบบแผน และมีระบบระเบียบเพื่อสร้างโครงสร้างของชิ้นงานให้เกิดการเชื่อมต่อซ้ำ ๆ กันไปเพื่อให้เกิดแรงยึดเหนี่ยวระหว่างกันจนเป็นชิ้นงานจักสานตามต้องการ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลกับทางร้านค้าที่ขายเครื่องจักสานหวาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นศูนย์รวมเครื่องจักสานจากทั่วประเทศ เพื่อสอบถามว่าในปัจจุบันมีลวดลายใดที่ได้รับความนิยมในการนำมาขึ้นชิ้นงานจักสานหวายมากที่สุด รวมถึงการรวบรวมหาแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานจักสานที่ได้จากผู้ประกอบการร้านค้าจักสานเพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบในการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์เพื่อใช้ในการคัดเลือกร้านค้าจักสาน ดังนี้

- 1.) ต้องเป็นร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์งานจักสานหวายเป็นหลักโดยมีสินค้าที่ส่งจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย
- 2.) ต้องเป็นร้านค้าที่มีการจำหน่ายทั้งช่องทางออนไลน์ และช่องทางออฟไลน์
- 3.) ต้องเป็นร้านค้าที่ผลิตชิ้นงานจักสานโดยมีการทำงานร่วมกับชุมชนชาวบ้าน ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง จึงได้ร้านค้าจักสานมาจำนวนทั้งหมด 5 ร้าน ตามข้อมูลดังนี้

ร้านที่ 1 ชื่อร้าน : ป้าหวาย

สถานที่ตั้ง : โครงการ 11 จตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ



ภาพประกอบ 3 ร้านป้าหวาย

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

ร้านค้าที่ 1 ร้านป้าหวาย ตั้งอยู่ที่ตลาดนัดจตุจักร โครงการ 11 จากการสอบถามข้อมูลพบว่า ในส่วนของกลุ่มของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ทางร้านจำหน่ายนั้น จะเป็นกลุ่มของเครื่องภาชนะและเครื่องใช้ภายในบ้าน โดยวัสดุที่นำมาใช้สานนั้น มีทั้งหวายแปรรูปและไผ่ ในด้านการผลิตสินค้านั้น มีการผลิตโดยช่างฝีมือของทางร้าน และการรับมาจากชุมชน OTOP ของจังหวัดอยุธยาด้วยเช่นกัน ทางร้านไม่มีหน้าร้านออนไลน์จึงอาศัยการขายแบบออฟไลน์เป็นหลักเพราะกลุ่มลูกค้าจะเป็นหลักจะเป็นชาวต่างชาติ เนื่องจากสถานที่ตั้งของร้านเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วจึงเน้นการขายแบบค้าปลีกมากกว่าการขายส่ง

ร้านที่ 2 ชื่อร้าน : บ้านหัตถกรรม

สถานที่ตั้ง : ถนน กำแพงเพชร 2 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ



ภาพประกอบ 4 ร้านบ้านหัตถกรรม

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

ร้านค้าที่ 2 ร้านบ้านหัตถกรรม ตั้งอยู่ที่บริเวณตลาดนัดจตุจักร อยู่ที่ถนนกำแพงเพชร 2 ติดถนนใหญ่ ตรงข้ามกับ JJ Mall กลุ่มของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ร้านค้าจกสถานนี้จำหน่ายเป็นหลัก คือกลุ่มของเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ของตกแต่งภายในสำหรับบ้านและร้านอาหาร เช่น โคมไฟหวายที่มีลักษณะเหมือนสุ่มไก่ ซึ่งทางร้านเป็นผู้ผลิตเองเพราะมาจากชุมชนที่ประกอบอาชีพการจักสานเป็นหลัก โดยทางร้านจะเน้นการจำหน่ายแบบค้าส่งผ่านทางออนไลน์และออฟไลน์

ร้านที่ 3 ชื่อร้าน : ร้านยุพดีวาณิช

สถานที่ตั้ง : ถนน มหาไชย เขตพระนคร กรุงเทพฯ



ภาพประกอบ 5 ร้านยุพดีวาณิช

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

ร้านค้าที่ 3 ร้านยุพดีวาณิช ตั้งอยู่ติดริมถนน มหาไชยก่อนถึงร้านผ้าไทย ประตู่ผี ทางร้านได้ประกอบกิจการมาเป็นเวลานานโดยสืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น โดยกลุ่มของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ร้านค้าจำหน่ายนั้นจะเป็นกลุ่มของอุปกรณ์ตกแต่งภายในและกลุ่มของภาชนะเครื่องครัว วัสดุที่ใช้ในการสานจะมีทั้งหวายและไม้ ซึ่งแทบจะมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องใช้สอยครบทุกรูปแบบ เพราะช่างฝีมือของทางร้านมีประสบการณ์ในด้านการจักสานสูง จึงสามารถผลิตได้ด้วยตนเอง และมีรับจากชุมชนชาวบ้านบ้างเป็นครั้งคราว โดยทางร้านเน้นจำหน่ายแบบค้าส่งและรับผลิตตามแบบเป็นหลักผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านทาง Line Official ของทางร้าน

ร้านที่ 4 ชื่อร้าน : ร้านเอเซียคิงส์จักษาน

สถานที่ตั้ง : ถนน เจริญราษฎร์ บางคอแหลม กรุงเทพฯ



ภาพประกอบ 6 ร้านเอเซียคิงส์จักษาน

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

ร้านค้าที่ 4 ร้านเอเซียคิงส์จักษาน ตั้งอยู่ที่ถนน เจริญราษฎร์ เป็นร้านค้าขายส่งเครื่องจักษานที่เปิดมาเป็นระยะเวลานาน โดยเน้นกระจายสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศ กลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านมีแทบจะครบทุกรูปแบบ แต่ที่พบเห็นมากที่สุดจะเป็นภาชนะสำหรับใส่ของอเนกประสงค์ เช่น ตะกร้าหวายที่พบเห็นได้มากที่สุด โดยวัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นหวายแปรรูปเป็นหลักมากกว่าไม้ไผ่ ด้านการผลิตนั้นทางร้านได้แจ้งว่าเป็นการรับมาจากชุมชนต่าง ๆ มากกว่าการผลิตเอง และช่องทางการจำหน่ายทางร้านจะเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์เป็นหลัก

1.5 ร้านที่ 5 ชื่อร้าน : บ้านหวายหัตถกรรม คลอง 9
 สถานที่ตั้ง : คลอง 9 รัษฎบุรี ปทุมธานี



ภาพประกอบ 7 ร้านบ้านหวายหัตถกรรมคลอง 9

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

ร้านค้าที่ 5 บ้านหวายหัตถกรรม คลอง 9 รัษฎบุรี ปทุมธานี ทางร้านได้เน้นการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานจักสานขนาดใหญ่มากกว่างานชิ้นเล็ก ในด้านการผลิตนั้นทางร้านผลิตโดยช่างฝีมือของตนเองมากกว่าการรับจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครนายก และสามารถขึ้นแบบได้ตามความต้องการของลูกค้าในส่วนของการที่เป็นเฟอร์นิเจอร์อย่างเดียว และวัสดุที่ใช้ขึ้นชิ้นงานจะมีทั้งหวายแปรรูปและไม่แปรรูปโดยเลือกตามความเหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ช่องทางการขายมีทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจร้านค้าจำนวนทั้งหมด 5 ร้านค้า ดังนี้ ร้านป่าหวาย, ร้านบ้านหัตถกรรม, ร้านยุพดีวาณิช, ร้านเอเชียคิงส์จักสาน และร้านบ้านหวายหัตถกรรมคลอง 9 ออกมาในรูปแบบตารางได้ดังนี้

ตาราง 2 แสดงข้อมูลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลร้านค้าจักษาน

ชื่อร้านค้าจักษาน	ลวดลายจักษานที่พบ	ประเภทกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก	ช่องทางการขาย
บ้านหวาย	ลายจุงนาง,ลายดีหล้ม,ลายตาแหลม มีด,ลายสองขึ้นลง,ลายกระดั่งฝัด	เฟอร์นิเจอร์และ อุปกรณ์เครื่องครัว	หน้าร้าน
บ้านหัตถกรรม	ลายสาม,ลายจุงนาง,ลายกันลึง ลายตาแหลมมีด,	เฟอร์นิเจอร์และ ของตกแต่ง	หน้าร้าน
ยุพดีวาณิช	ลายครุ,ลายสาม,ลายจุงนาง,ลายสอง ขึ้นลง	ของตกแต่งภายใน และเครื่องครัว	Line Official
เอเชียคิงส์จักษาน	ลายดีหล้ม,ลายสองขึ้นลง,ลายครุบ, ลายครุ	ภาชนะสำหรับใส่ ของอเนกประสงค์	เว็บไซต์
บ้านหวายหัตถกรรมคลอง 9	ลายครุบ,ลายกันลึง,ลายกระดั่งฝัด, ลายจุงนาง	เฟอร์นิเจอร์และ ของตกแต่ง	เว็บไซต์และ โซเชียลมีเดีย

จากการลงพื้นที่ศึกษารูปแบบลวดลายจักษานจากร้านค้าจักษานทั้งหมด 5 พบว่ามีลวดลายที่นิยมนำมาประดิษฐ์เป็นภาชนะของตกแต่งทั้งหมด 10 รูปแบบด้วยกัน ดังนี้ 1.) ลายสามขึ้นลง 2.) ลายดีหล้ม 3.) ลายครุ 4.) ลายครุบ 5.) ลายกันลึง 6.) ลายสาม 7.) ลายกระดั่งฝัด 8.) ลายตาแหลมมีด 9.) ลายสองขึ้นลง และ 10.) ลายจุงนาง โดยรูปแบบลายจักษานที่พบเห็นมากที่สุดคือ ลายจุงนาง จึงสามารถแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของลวดลายจักษานทั้งหมด 10 รูปแบบได้ดังนี้

รูปแบบที่ 1 ลายสามขึ้นลง ใช้สำหรับทำชิ้นงานประเภทเครื่องภาชนะและเครื่องใช้ภายในบ้านเป็นหลัก โดยเฉพาะหวดหนึ่งข้าว ซึ่งเอกลักษณ์ของลายนี้คือจะมีลักษณะทรงจั่วใช้ลายขัด สาม และสองมาเป็นตัวประสานของการสานให้มีความแน่นหนาและมีอายุการใช้งานเป็นระยะเวลานาน



ภาพประกอบ 8 ตัวอย่างลายสามชั้นลง

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 2 ลายตีหล่ม เป็นลวดลายที่ใช้สำหรับทำส่วนท้ายของตะกร้าหาบของ โดยจะมีลักษณะเป็นทรงกระบอกกันสอเป็นสี่เหลี่ยมที่สามารถใช้ได้ทั้งการหิ้วและการหาบคน
ได้



ภาพประกอบ 9 ตัวอย่างลายตีหล่ม

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 3 ลายครุ เป็นลวดลายที่ใช้สำหรับทำตะกร้าที่สามารถใช้บรรจุน้ำได้ โดยจะมีลักษณะการสานที่แน่นและมีรูปทรงเป็นทรงกระบอก ก้นสอบจะมีลักษณะเป็นทรงสี่เหลี่ยมคล้ายกับตะกร้าหาบของ และเพื่อใช้ในการตักและบรรจุน้ำ



ภาพประกอบ 10 ตัวอย่างลายครุ

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 4 ลายครุรูป เป็นลวดลายที่ใช้สำหรับทำภาชนะที่ใช้หนึ่งข้าง คือ มวย ซึ่งมีลักษณะทรงกระบอกส่วนล่างจะแคบ มีลักษณะคล้าย ๆ หนึ่งข้างแต่จะมีความแข็งแรงทนทานกว่าเพราะลักษณะพิเศษของลวดลายนี้คือจะมีความหนาจากการสานถึง 3 ชั้นด้วยกัน



ภาพประกอบ 11 ตัวอย่างลายครุรูป

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 5 ลายก้นลิง เป็นลวดลายสานที่ส่วนใหญ่จะถูกพบอยู่ตรงส่วนท้ายของ กระติบข้าวเหนียว โดยลักษณะเด่นของลายนี้จะมีลักษณะเป็นกากบาทสามเหลี่ยมและมีความ ทนทานต่อการใช้งานที่ใช้สำหรับนั่งข้าวเหนียว



ภาพประกอบ 12 ตัวอย่างลายก้นลิง

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 6 ลายสาม เป็นลวดลายที่พบบนชิ้นงานประเภทภาชนะเครื่องใช้ คือ กระจาด โดยลวดลายนี้จะลักษณะคล้ายคลึงกับลายครุ (รูปแบบที่ 3) แต่จะมีเส้นตั้งสองเส้นและมีความชัดถี่ของเส้นที่มากกว่าลายครุ



ภาพประกอบ 13 ตัวอย่างลายสาม

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 7 ลายกระดิ่งฝัด ลวดลายนี้จะมีลักษณะลายคล้ายกับลายครุ แต่จะมีความห่างของเส้นแนวนอนมากกว่าลายครุ โดยลักษณะของลวดลายนี้จะเป็นลายสานเพียงลายเดียวที่ใช้สำหรับกระดิ่ง ที่มีรูปทรงกลมแบน ใช้สำหรับฝัดสิ่งที่ไม่ต้องการออก



ภาพประกอบ 14 ตัวอย่างลายกระดิ่งฝัด

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 8 ลายตาแหวมืด เป็นลวดลายที่จะพบอยู่บนส่วนฝาปิดของก่องข้าว เป็นลายสานที่มีลักษณะเด่นคือสามารถให้ในด้านความสวยงามและด้านการใช้งาน เพราะมีความทนทานสามารถทนความร้อนและความชื้นได้ดี



ภาพประกอบ 15 ตัวอย่างลายตาแหวมืด

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 9 ลายสองขึ้นลง เป็นลายที่ใช้สำหรับทำชิ้นงานประเภทภาชนะคือ กระชอน และหวดหนึ่งข้างเหนียว โดยลักษณะเด่นของลายคือลักษณะทรงจั่วใช้ลายขัดขึ้น-ลงมา เป็นตัวประสานของการสานเพื่อเพิ่มความแข็งแรงและทนทานใช้งานได้นาน



ภาพประกอบ 16 ตัวอย่างลายสองขึ้นลง

ที่มา <https://jubsann.com/>

รูปแบบที่ 10 ลายจูงนาง เป็นลายที่สามารถพบเห็นได้ที่บริเวณปากของตะกร้าหวาย เพราะลายจูงนางมักจะถูกนำไปสานเพื่อใช้ในการตกแต่ง เพิ่มความสวยงามและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยลักษณะการสานจะใช้เวลาไม่เทียบเท่ากับลวดลายอื่นเพราะมีการขัดกันของเส้นหวายที่น้อยกว่า



ภาพประกอบ 17 ตัวอย่างลายจุงนาง

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

ต่อมาผู้วิจัยได้นำลวดลายทั้งหมด 10 ลวดลายไปทำการค้นคว้าและทดลองคุณสมบัติของแต่ละลวดลาย เพื่อทำการหาอัตราการไหลผ่านของน้ำว่าโดยไมใส่กระดาษกรองและกาแปเพื่อทดลองว่าลวดลายไหนที่สามารถทำได้ใกล้เคียงกับเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ในการเลือกτριเปอรตามที่ผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบเชิงคุณภาพในด้านการใช้งาน และจึงนำไปเป็นแนวทางประกอบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป ตามข้อมูลดังนี้

1.2 การทดลองการไหลผ่านของน้ำผ่านลวดลายทั้งหมด 10 ลวดลาย

โดยผู้วิจัยได้ทำการทดลองลวดลายทั้งหมด 10 ลวดลาย ประกอบด้วย 1.) ลายสามชั้นลง 2.) ลายตีหล่ม 3.) ลายครุ 4.) ลายครูป 5.) ลายก้นลิง 6.) ลายสาม 7.) ลายกระดิ่งฝัด 8.) ลายตาแหลวมืด 9.) ลายสองชั้นลง และ 10.) ลายจุงนาง

ตาราง 3 แสดงข้อมูลผลการทดลองการหาอัตราการใช้ของน้ำ

ชื่อลวดลายจักสาน	เวลาที่ของเหลวไหลผ่าน (วินาที)
ลายสามชั้นลง	2.1 วินาที
ลายดีหล่ม	4.1 วินาที
ลายครุ	4.9 วินาที
ลายครูป	4.5 วินาที
ลายกันลิง	3.2 วินาที
ลายสาม	2.3 วินาที
ลายกระดิ่งฝัด	3.6 วินาที
ลายตาแหวมืด	4.2 วินาที
ลายสองชั้นลง	3.9วินาที
ลายจุงนาง	1.6 วินาที

เมื่อทดลองแล้วผลลัพธ์ที่ได้พบว่า ลายจุงนาง เป็นลวดลายใช้เวลาใช้น้อยที่สุด รองลงมาคือลายสามชั้นลง และลายสาม ตามลำดับ ในขณะที่ลายครุใช้เวลาการไหลของน้ำนานที่สุด ต่อมาผู้วิจัยนำมาเปรียบเทียบข้อมูล โดยอ้างอิงจาก (Beanshere,2019) ที่ได้กล่าวไว้ว่าวิธีในการเลือกดริปเปอร์นั้นต้องดูจากรูปทรงและการไหลของน้ำการมีอัตราการใช้ของน้ำที่ดีจะช่วยให้ได้รสชาติของกาแฟพอดี เพราะหากให้น้ำอยู่กับกาแฟที่บดนานจนเกินไปจะทำให้รสชาติของกาแฟนั้นออกมาไม่เข้มข้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องขึ้นอยู่กับความละเอียดของกาแฟที่บดรวมถึงกระดาษกรองที่นำมาใช้อีกด้วย ซึ่งโดยปกติแล้วการดริปแต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 1.5-2 วินาทีในแต่ละรอบของการวนน้ำ ลายจุงนาง จึงมีความเหมาะสมเพราะมีอัตราการใช้ของน้ำที่ดีที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายงานจักสาน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รูปแบบลวดลายจักสานที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยรูปแบบลวดลายที่นำมาใช้คือ ลายจุงนาง ผู้วิจัยจึงได้ทำการลงพื้นที่ไปยังชุมชนจักสานหวายและนำลายสานจุงนางไปทำการสอบถามผู้ชำนาญการด้านงานจักสานหวาย เพื่อทำการทดลองขึ้นชิ้นงานตัวต้นแบบผลิตภัณฑ์และสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงสามารถแจกแจงขั้นตอนในการทำงานร่วมกันได้ดังนี้

2.1 ขั้นตอนที่ 1

ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์รวมถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของการทำวิจัยในครั้งนี้กับชาวบ้านผู้ชำนาญการด้านงานจักสานหวายก่อนเพื่อให้เข้าใจถึงจุดประสงค์หรือเป้าหมายในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้



ภาพประกอบ 18 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานหวายโดยผู้วิจัย

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

2.2 ขั้นตอนที่ 2

ผู้วิจัยจึงได้นำลวดลายจักสานจุงนางที่ได้จากการทดลองในขั้นตอนที่ 1 มาสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ หรือมีข้อจำกัดใดบ้าง ถ้าหากจะนำมาใช้สานเพื่อขึ้นผลิตภัณฑ์สก็ดกาแพแบบดริปด้วยวัสดุแปรรูปหวายชาวบ้านได้กล่าวว่ามีความเป็นไปได้ในการนำลวดลายจุงนางมาใช้สานด้วยเหตุผลจากด้านการใช้งานและด้านของความสวยงาม ดังนี้

2.2.1 ด้านของการใช้งานนั้นมีความเป็นไปได้ในการนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ เนื่องด้วยอุปกรณ์สก็ดกาแพนั้นจำเป็นต้องมีของเหลวไหลผ่านทุกครั้งเมื่อนำมาใช้สาน ดังนั้นควรมีรูปแบบการสานที่สามารถระบายอากาศได้ดีเพื่อป้องกันความชื้นและช่วยถนอมตัววัสดุแปรรูปหวาย

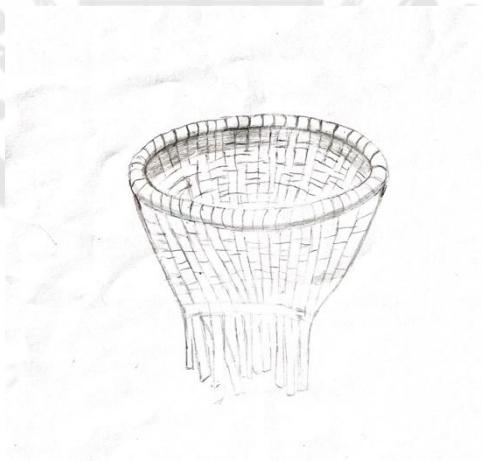
2.2.2 ด้านของความสวยงาม การสานแบบลวดลายจุงนางนั้นส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในส่วนของตกแต่งเครื่องจักสานเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์และสวยงามให้กับชิ้นงานอยู่แล้วแต่ไม่มีใครหยิบนำมาใช้สานชิ้นชิ้นงาน อีกทั้งพี่ตุ้มได้กล่าวว่า ลวดลายนี้เป็นดังภูมิปัญญาท้องถิ่นใน

ชุมชน เพราะได้ถูกสืบทอดต่อกันมารุ่นสู่รุ่นเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพสร้างรายได้ให้กับชุมชน จากอาชีพการจักสานหวาย

2.3 ขั้นตอนที่ 3

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ข้อมูลเพิ่มเติมของ ลวดลายจุงนางที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการขึ้นชิ้นงานโดยอาศัยหลักการ และแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ.2547) ต้องแสดงให้เห็นถึงการออกแบบและการผลิตที่มีการผสมผสานระหว่างขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัย โดยอ้างอิงถึงความงาม (Artistic & Aesthetic Value) ประโยชน์ใช้สอย (Function Value) และ กระบวนการผลิต (Production Process) ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการออกแบบโดยการร่างแบบ ออกมาทั้งหมด 2 แบบด้วยกันดังนี้

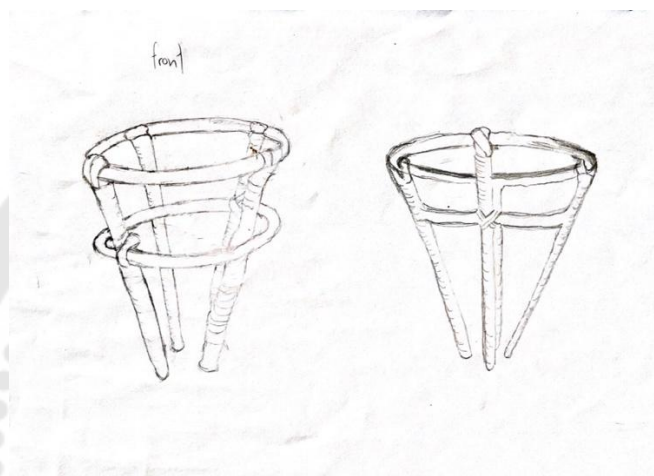
2.3.1 รูปร่างแบบที่ 1 : นำลวดลายจุงนางมาสานขึ้นโครงร่างโดยอ้างอิงจาก ดริปเปอร์ทรงกรวย แนวคิดในการออกแบบรูปแบบที่ 1 คือการนำรูปแบบของดริปเปอร์ทรงกรวย และลายจุงนางมาสานต่อกันให้ทับเป็นชิ้นเดียวกันจากด้านบนและไล่เป็นวงกลมจนไปถึงด้านล่าง และตั้งใจให้เห็นเป็นเส้นหวายในส่วนด้านล่างเพื่อสร้างลักษณะเฉพาะตัวหรือจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์เนื่องจากผู้วิจัยไม่ต้องการให้มีลักษณะคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์จักสานอื่น ๆ



ภาพประกอบ 19 ออกแบบโครงร่างรูปแบบที่ 1

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

2.3.2 รูปร่างแบบที่ 2 : นำลวดลายจุงนางมาสานขึ้นโครงร่างโดยอ้างอิงจากดริปปเปอร์ทรงมัตซึย่า แนวคิดในการออกแบบรูปแบบที่ 2 คือการนำรูปแบบของดริปปเปอร์ทรงมัตซึย่ามาเป็นตัวต้นแบบ โดยใช้เส้นหวายเส้นใหญ่มาขึ้นโครงร่างก่อนจึงค่อยนำลายจุงนางมาสานรอบเส้นหวายเส้นใหญ่ ซึ่งจะมีลักษณะการสานที่ไม่ทึบ โปร่งแสงและนำมาใช้ตกแต่งเพิ่มเติมตรงบริเวณระหว่างข้อต่อของหวายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงและลักษณะเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์



ภาพประกอบ 20 ออกแบบโครงร่างรูปแบบที่ 2

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการร่างโครงร่างต้นแบบออกแบบมาทั้ง 2 แบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยได้มาเป็นแบบที่สานทึบและแบบสานโปร่ง ผู้วิจัยจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการจักสานหวายเริ่มทดลองจักสานขึ้นตัวต้นแบบผลิตภัณฑ์ด้วยวัสดุแปรรูปหวายขึ้นมาทั้งสองแบบ โดยผลลัพธ์ที่ได้ออกมาเป็นดังนี้

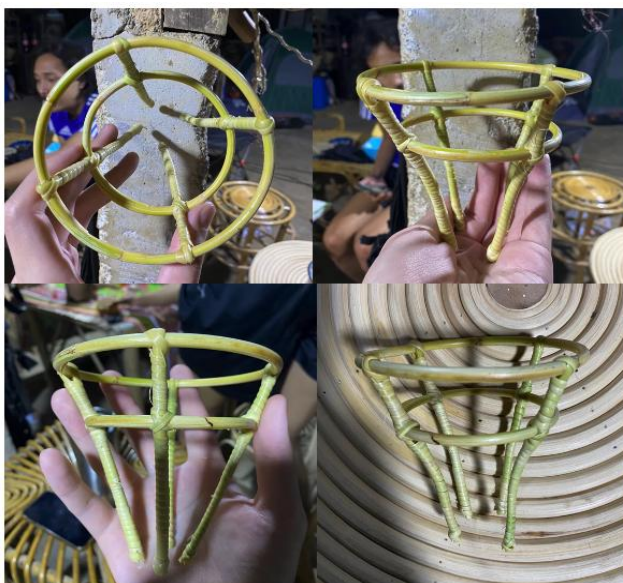
2.4 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบรูปแบบที่ 1 (แบบสานทึบ)



ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างโครงร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1

ที่มา : โดยผู้วิจัย

2.5 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบรูปแบบที่ 2 (แบบสานโปร่ง)



ภาพประกอบ 22 ตัวอย่างโครงร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 2

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

เมื่อได้ตัวผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้งสองแบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำมาปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเพื่อถามความเห็นเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์จักสานว่า รูปแบบไหนมีความเหมาะสมในด้านความสวยงามและการใช้งาน ประกอบกับต้องสอดคล้องกับแนวความคิดออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ.2547) ที่ผู้วิจัยนำมาใช้อ้างอิงในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบที่ 1 มีความเหมาะสมและตรงตามแนวความคิดออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมากที่สุดตามองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างประกอบด้วย ด้านความสวยงาม,ด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านกระบวนการผลิต โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

- 1.)ด้านความสวยงาม : รูปแบบการสานที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถแสดงถึงความสวยงามของลวดลายการสานที่บ่งบอกถึงความประณีต และความเป็นไทยได้อย่างลงตัว
- 2.)ด้านประโยชน์ใช้สอย : นอกเหนือจากการนำมาใช้สกัดกาแฟแบบดริปแล้วในด้านคุณสมบัติของรูปแบบการสานนั้นยังสามารถนำมาใช้ในการเสิร์ฟน้ำได้อีกด้วย

3.)ด้านกระบวนการผลิต : สามารถแสดงถึงกระบวนการจักสานได้อย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับตัวต้นแบบที่ 2 เพราะต้องใช้ความประณีตและระยะเวลาในการประดิษฐ์ที่มากกว่าพอสมควร อีกทั้งยังสามารถแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของคนไทยได้อย่างชัดเจน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ แนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ.2547) ผู้วิจัยจึงได้นำผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบที่ 1 ไปทดลองขายจริงและทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคจริง จำนวน 10 ท่าน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านกาแป และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำข้อมูลและความเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์มาปรับปรุงแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป ดังรูปภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 23 ตัวอย่างโครงร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1

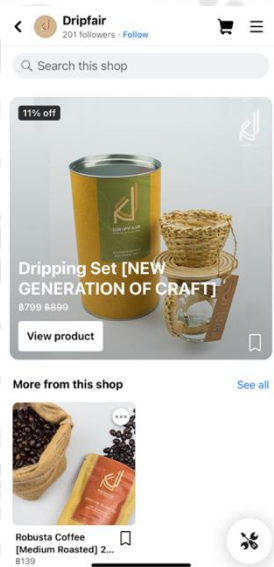
ถ่ายโดยผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 3 นำตัวตนแบบขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์และเลือกผู้บริโภคจำนวน 10 ท่าน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านกาแฟ และนักออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 ท่าน มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทำการสรุปผลและปรับปรุงแบบต่อไป

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาตัวตนแบบผลิตภัณฑ์เสร็จสมบูรณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองขายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่สนใจและนำไปใช้บริโภคหรือนำไปใช้ดริปกาแฟในชีวิตจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพหรือความคิดเห็นที่สามารถนำมาปรับแก้ไขตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์ได้มากยิ่งขึ้น

3.1 นำตัวตนแบบทดลองขายจริงผ่านทางช่องทางออนไลน์

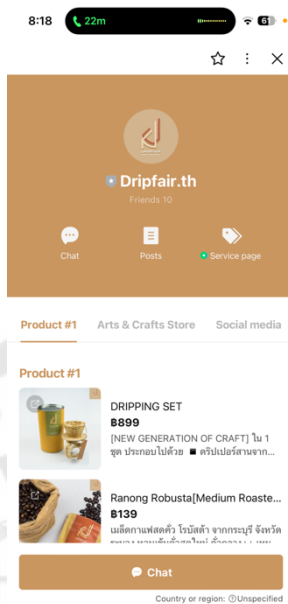
3.1.1 ผ่านทางช่องทาง Facebook



ภาพประกอบ 24 แสดงช่องทางการขายออนไลน์ช่องทางที่ 1

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

3.1.2 ผ่านทางช่องทาง Line Shopping



ภาพประกอบ 25 แสดงช่องทางการขายออนไลน์ช่องทางที่ 2

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

โดยจากการทดลองขายจริงผ่านทางทั้งสองช่องทางนั้น ผลปรากฏว่ามีผู้ที่สนใจและซื้อไปใช้บริโภคจำนวนทั้งหมด 10 ท่าน จากนั้นจึงทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อถามถึงความคิดเห็นที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์และนำข้อมูลมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ก่อนที่จะนำไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญอีก 2 ท่าน จึงสามารถสรุปข้อมูลที่ได้ดังตารางดังต่อไปนี้

3.2 ทำการเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค

ตาราง 4 แสดงข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากผู้บริโภคจำนวน 10 ท่าน

ลำดับของ ผู้บริโภค	ความคิดเห็นจากผู้บริโภคที่ทดลองใช้งานจริง
ผู้บริโภคลำดับที่ 1	<p>ดริปเปอร์หวายเมื่อใช้แล้วรู้สึกว่ามีน้ำหนักเบาว่าดริปเปอร์ที่ทำมาจากวัสดุชนิดอื่น ทำให้พกพาได้ง่าย การสานของตัวดริปเปอร์มีความประณีตทำให้มีสุนทรีย์ระหว่างการใช้งานเพิ่มมากขึ้น แต่ใช้ระยะเวลาอาจจะเกิดเชื้อรา ส่วนตัวรู้สึกดีที่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นทำจากวัสดุธรรมชาติเพราะช่วยลดการใช้วัสดุที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม แต่ถ้าหากเก็บการสานที่บริเวณด้านล่างน่าจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์แข็งแรงขึ้น</p>
ผู้บริโภคลำดับที่ 2	<p>ในด้านการออกแบบค่อนข้างมีเอกลักษณ์ที่แสดงความเป็นท้องถิ่นแบบไทยได้ดี จากการนำหวายมาสานมาประยุกต์ใช้ มีความสวยงามในตัว ด้านการใช้งานส่วนตัวรู้สึกว่าจะอาจจะใช้งานยากสำหรับมือใหม่ อาจจะต้องมีประสบการณ์ในการดริปกาแฟมาก่อนจึงจะคุ้นเคยได้ ด้านการดูแลรักษาต้องพิถีพิถันระดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติและบริเวณปลายข้างล่างดูไม่แข็งแรง</p>
ผู้บริโภคลำดับที่ 3	<p>จากที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว รู้สึกชอบในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีความสวยงามเรียบง่ายแล้วก็ดูมีความเป็นไทยอยู่ในผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านการใช้งานพอได้ลองใช้งานแล้วก็รู้สึกว่าใช้งานได้ง่าย การออกแบบเข้ากับการใช้งานในการดริปกาแฟ ทำให้รู้สึกว่าใช้งานได้ไม่ยากอย่างที่คิดแต่อาจจะมีเรื่องความรู้สึกสัมผัสของกาแฟที่อาจจะมึนกลิ่นของธรรมชาติติดมาบ้างนิดหน่อย แต่ก็ยังรับได้</p>

ตาราง 4 (ต่อ)

ลำดับของ ผู้บริโภคร	ความคิดเห็นจากผู้บริโภคที่ทดลองใช้งานจริง
<p>ผู้บริโภคลำดับที่ 4</p>	<p>สามารถใช้งานได้สะดวก พกพาสะดวก ดูแลทำความสะอาดได้ง่ายและใน ด้านความสวยงามมีความสวยงาม ถ้าไม่ใช้ก็สามารถนำมาตกแต่งบ้านได้ ตัว ผลิตภัณฑ์ก็จะทำออกมาเป็นชิ้นงานนั้นใช้ระยะเวลาพอสมควรและช่วย อนุรักษ์ในเรื่องของความเป็นไทย อีกทั้งยังสนับสนุนให้ชาวบ้านมีทักษะ สามารถมีรายได้เสริมจากเวลาว่างอีกด้วย</p>
<p>ผู้บริโภคลำดับที่ 5</p>	<p>ผลิตภัณฑ์มีความเฉพาะตัว สวยงาม และแปลกใหม่ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเข้ามาใช้งาน ส่วนในด้านการใช้งาน ประสิทธิภาพและประโยชน์ใช้ สอยอาจจะไม่เทียบเท่ารุ่นอื่น แต่การใช้งานสามารถใช้ได้ปกติดี ใช้แล้วได้ อรรถรส และถ่ายรูปลสวย</p>
<p>ผู้บริโภคลำดับที่ 6</p>	<p>การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความเรียบง่าย สวยงาม และเรื่องของการใช้งานผม มองว่าการดริปกาแฟไม่ใช่การที่ต้องใช้เครื่องมือแพงๆ แต่มันขึ้นอยู่กับ บรรยากาศและสถานที่นั้น ๆ มากกว่า ที่ชอบใช้แบบนี้เพราะว่ามีวิธีการดริปที่ ผสมผสานภูมิปัญญาชาวบ้านง่ายๆไม่ต้องใช้เครื่องมือให้ยุ่งยากหรือใช้ อุปกรณ์หลายชิ้น</p>
<p>ผู้บริโภคลำดับที่ 7</p>	<p>ผลิตภัณฑ์สามารถแสดงถึงมีความเป็น Local และดู premium มีทั้งมีกลิ่น หอมเฉพาะตัว ทำให้เพิ่มอรรถรสในการทานกาแฟ แต่ไม่ถึงขั้นกลบกลืนหอม ของตัวกาแฟแต่ควรแก้ไขเรื่องการสานจบงานเพราะทำให้ดูไม่แข็งแรง</p>

ตาราง 4 (ต่อ)

ลำดับของ ผู้บริโภคร	ความคิดเห็นจากผู้บริโภคที่ทดลองใช้งานจริง
ผู้บริโภคลำดับที่ 8	มีความแตกต่างจากดริปเปอร์แบบอื่นที่เคยใช้ ในด้านความสวยงามและ ความรู้สึกเวลาได้ใช้ให้บรรยากาศที่ดีเวลาไปท่องเที่ยว เหมือนได้จับกาแฟ ด้วยความรู้สึกใหม่ที่ดีกว่าแต่เกรงว่าบริเวณด้านล่างน้อกออกแบบอาจจะทำให้ เป็นจุดเด่น แต่ส่วนตัวมองว่าดูไม่เรียบร้อยซึ่งอาจไปกระทบกับด้าน ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ได้
ผู้บริโภคลำดับที่ 9	มีจุดเด่นคือตัววัสดุที่มีความโดดเด่นน่าสนใจไม่เหมือนใครในตลาดที่ขาย ดริปเปอร์และภาพที่มองเห็นผลิตภัณฑ์ในครั้งแรกให้ความรู้สึกว่าเป็นงาน Handmade งานจากชุมชนโดยเฉพาะส่วนบริเวณปลายดริปเปอร์ที่สานทิ้งไว้ คิดว่าข้อเสียอาจเป็นในเรื่องของ การเก็บรักษาและอายุการใช้งานเนื่องจาก เป็นวัสดุธรรมชาติ ซึ่งแตกต่างจากเจ้าอื่นที่ใช้วัสดุที่เป็นพลาสติก หรือแก้ว
ผู้บริโภคลำดับที่ 10	ในด้านของการใช้งานตัวผลิตภัณฑ์นั้นมีความเรียบง่ายและได้กลิ่นของวัสดุ แปรรูปหวนยเมื่อใช้งานซึ่งเป็นความรู้สึกใหม่ แต่ไม่กลบกลิ่นกาแฟจนหายไป และมีความเด่นเฉพาะตัวเมื่อเทียบกับดริปเปอร์อื่นในตลาดและยังแสดงให้เห็น ถึงความ เป็นไทยผ่านงานจักสานได้อย่างชัดเจน

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคทั้งหมด 10 ท่าน พบว่าตัวผลิตภัณฑ์สามารถแสดงถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยการจักสาน อีกทั้งยังสามารถแสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชนซึ่งถือว่าตรงตามจุดประสงค์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ในการทำวิจัยครั้งนี้ แต่ในด้านของการใช้งานนั้น ผู้บริโภคได้กล่าวว่าเมื่อนำไปใช้ดริปกาแฟจริงแล้วใช้งาน

ไม่ยากแต่ในเรื่องของรสชาติความเข้มข้นของกาแฟไม่สามารถทำได้ดีเทียบเท่ากับดริปเปอร์ที่ทำจากวัสดุชนิดอื่น แต่มีจุดเด่นที่แตกต่างอย่างชัดเจน คือ กลิ่นที่มาจากวัสดุแปรรูปห่วยที่ให้สัมผัสใหม่ในระหว่างการดริปกาแฟซึ่งไม่กลบรสชาติของกาแฟให้หายไป ซึ่งทำให้เป็นสัมผัสใหม่ในการดริปกาแฟ

ส่วนข้อที่ควรปรับปรุงแก้ไขคือส่วนบริเวณปลายด้านล่างของดริปเปอร์ดูมีความไม่เรียบร้อยสานไม่เป็นชิ้นเดียวกันจึงทำให้กังวลถึงเรื่องความทนทานในการใช้งาน จึงควรนำไปสานให้เป็นต่อกันให้เรียบร้อยเป็นชิ้นเดียวกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความประณีตและมีความแข็งแรงทนทานมากขึ้น เก็บรักษาได้ง่ายขึ้น เป็นต้น และคำแนะนำเพิ่มเติมที่ผู้บริโภครู้จักกล่าวมาคือในด้านของการรักษาหรืออายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความกังวลเรื่องของอายุการใช้งาน เนื่องจากวัสดุแปรรูปห่วยนั้นเป็นวัสดุธรรมชาติจึงเกรงว่าถ้าใช้งานไปสักระยะเวลาจะมีการขึ้นรา จึงต้องการการดูแลที่เป็นพิเศษหรือดูแลยากจึงไม่เหมาะกับการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน แต่เหมาะกับการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นบางโอกาส เช่น เมื่อไปเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ธรรมชาติหรือเหมาะกับการเป็นของตกแต่งบ้านมากกว่า.

3.3 ทำการเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ

หลักจากที่ได้ข้อคิดเห็นจากผู้บริโภคที่ทดลองใช้ตัวผลิตภัณฑ์จริงเป็นจำนวน 10 ท่านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยวิธีการทำแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Questionnaire) ด้วยการส่งข้อมูลทาง E-mail โดยผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมดจำนวน 2 ท่าน เพื่อนำมาเป็นแนวทางประกอบในการพัฒนาต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ท่านที่ 1 ดร.อภิชนา อังคะภิวาต ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ท่านที่ 2 คุณศิลา พงษ์สุวรรณ ผู้เชี่ยวชาญด้านการดื่มกาแฟ เจ้าของร้านกาแฟที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการขึ้นชอบศาสตร์ของกาแฟ

โดยผู้วิจัยได้วางแผนการเก็บข้อมูลแบบสอบถามออกเป็นทั้ง 3 ด้านดังนี้

1. ด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร
2. ด้านการออกแบบหรือรูปลักษณะภายนอก
3. ด้านวัสดุที่นำมาใช้ในการประดิษฐ์

3.3.1 ด้านของการใช้งาน

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ได้ให้ความเห็นว่าในแง่การของการใช้งานน่าจะสามารถใช้ดริปกาแฟได้ปกติ แต่มีความกังวลในเรื่องของอายุการใช้งานที่น่าจะมีอายุน้อยกว่าวัสดุชนิดอื่น

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ได้ให้ความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ดูไม่ค่อยแข็งแรง อาจจะทำให้ชำรุดได้ง่าย ในส่วนของการนำไปใช้งานจริงนั้นอาจให้กลิ่นที่แปลกใหม่และแตกต่างจากดริปเปอร์ทั่วไปได้ เนื่องจากทำจากวัสดุแปรรูปหวายซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติซึ่งเป็นจุดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์นี้

3.3.2 ด้านการออกแบบหรือรูปลักษณะภายนอก

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ได้ให้ความเห็นว่า ตัวผลิตภัณฑ์สามารถให้ความเป็นไทยได้อย่างชัดเจนด้วยลวดลายการจักสานและวัสดุแปรรูปหวาย แต่หากนำไปสานบริเวณด้านล่างให้เรียบร้อยน่าจะทำให้ผลิตภัณฑ์ดูสมบูรณ์มากกว่านี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ได้ให้ความเห็นว่า ดูมีความเป็นไทยน่าใช้ แต่หากมีการสานบริเวณด้านล่างให้เรียบร้อยน่าจะช่วยให้ดูมีความสวยงามมากยิ่งขึ้น และหากมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ จะสามารถบ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากกลุ่มชนชนชาวบ้านพื้นเมืองของประเทศไทยได้อย่างชัดเจนเพราะเป็นงานจักสาน

3.3.3 ด้านวัสดุที่นำมาใช้ในการประดิษฐ์

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ได้ให้ความเห็นว่าอาจมีความไม่เหมาะสม เพราะเนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติจึงอาจทำให้มีอายุการใช้งานที่น้อย

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ได้ให้ความเห็นว่ามีความเหมาะสมเนื่องจากทำจากวัสดุธรรมชาติช่วยลดการสร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม และมีความเป็นเอกลักษณ์เพราะทำจากวัสดุหวายซึ่งเป็นวัสดุท้องถิ่นของประเทศไทย อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมชุมชนที่เพาะปลูกอีกด้วย

ตาราง 5 แสดงข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ	ด้านการใช้งาน	ด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์	ด้านวัสดุที่นำมาใช้ สร้างผลิตภัณฑ์
ผู้เชี่ยวชาญ ด้านกาแฟ	ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมี ความแข็งแรงอาจจะ ชำรุดได้ง่ายและให้กลิ่น ธรรมชาติกลิ่นที่แตกต่าง จากดริปเปอร์ทั่วไป	มีความเป็นไทยนำมาใช้ และสามารถบ่งบอกว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มาจากกลุ่มชน ชนชาวบ้านของไทย	มีความเหมาะสมเนื่องจาก ทำจากวัสดุธรรมชาติช่วยลด การสร้างมลพิษให้กับ สิ่งแวดล้อมและช่วยส่งเสริม ชุมชนที่เพาะปลูกได้
ผู้เชี่ยวชาญ ด้าน การออกแบบ	น่าจะสามารถใช้ดริป กาแฟได้ปกติ แต่มีความ กังวลในเรื่องของอายุ การใช้งานที่น่าจะมีอายุ น้อยกว่าวัสดุชนิดอื่น	ตัวผลิตภัณฑ์สามารถให้ ความเป็นไทยได้อย่าง ชัดเจนด้วยลวดลายการจัก สานและวัสดุแปรรูปหวาย แต่หากนำไปสานบริเวณ ด้านล่างให้เรียบร้อยน่าจะ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูสมบูรณ์ มากกว่านี้	อาจมีความไม่เหมาะสม เพราะเนื่องจากเป็นวัสดุ ธรรมชาติจึงอาจทำให้มีอายุ การใช้งานที่น้อย

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับด้านอายุการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์รวมถึงวิธีการเก็บรักษาแบบเฉพาะทาง เพราะวัสดุธรรมชาติค่อนข้างดูแลรักษา

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ตัวผลิตภัณฑ์อาจจะไม่สามารถใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน อีกทั้งเนื่องด้วยตัวผลิตภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติจึงมีความกังวลเรื่องของการขึ้นรา ในส่วนของรูปลักษณะบริเวณด้านล่างน่าจะสานดูให้เรียบร้อยและหากมีนวัตกรรมที่สามารถเคลือบและปลอดภัยสามารถรับประทานได้น่าจะช่วยทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ดูแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์เพิ่มมากขึ้น

จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถให้ผลลัพธ์ได้เทียบเท่ากับดริปเปอร์ที่ทำจากวัสดุชนิดอื่นในด้านของรสชาติกาแฟ ส่วนในด้านของการใช้ดริปกาแฟอาจไม่เหมาะกับการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะเป็นการนำวัสดุธรรมชาติมาแปรรูปด้วยวิธีการจักสานจึงทำให้ไม่มีความแข็งแรง ในส่วนของด้านการออกแบบหรือรูปลักษณะภายนอกในบริเวณด้านล่างของดริปเปอร์ดูไม่แข็งแรง จึงควรนำไปสานเก็บให้เป็นชิ้นเดียวกันจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสมบูรณ์ขึ้นและสามารถแสดงถึงความประณีตของชิ้นงานด้วยฝีมือของคนไทยได้มากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อเสนอแนะและข้อที่ควรแก้ไขปรับปรุงจากผู้บริโภคและจากผู้เชี่ยวชาญมาทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์

เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลและทำการสังเคราะห์ข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำข้อที่ควรปรับปรุงและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญมาทำการปรับแก้แบบกับผู้เชี่ยวชาญด้านงานจักสาน เพื่อทำการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ตัวสมบูรณ์

จากการทำการสอบถามกลุ่มผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนที่ 3 ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงจุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขตัวผลิตภัณฑ์ คือในด้านของการออกแบบหรือรูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ บริเวณด้านล่างควรนำไปทำการสานให้เรียบร้อยเป็นชิ้นเดียวกันเพราะผู้บริโภคมีความกังวลว่าอาจมีเศษของหวายตกลงไปในภาชนะได้ระหว่างใช้งาน โดยมีรายละเอียดการปรับแก้ดังนี้

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับปรุงแก้ไขด้วยการปรับรูปแบบของการสานบริเวณด้านล่างของตัวผลิตภัณฑ์นั้นให้เป็นชิ้นเดียวกันโดยการสานด้วยลวดจางติดกันเป็นชิ้นเดียวกัน เพื่อให้มีความเรียบร้อยและเพิ่มความแข็งแรงทนทานให้มีอายุการใช้งานที่นานขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยได้เป็นผลิตภัณฑ์สัปดาห์แบบดริปด้วยวัสดุแปรรูปหวายแบบสมบูรณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้



ภาพประกอบ 26 แสดงถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแบบ

ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายงานจักสาน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (The Research and Development) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายการจักสาน รูปแบบของผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริป และวัสดุแปรรูปหวายที่นำมาใช้ในการผลิต จากนั้นนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ตัวต้นแบบแล้ว จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำไปทดลองขายจริงผ่านช่องทางออนไลน์ และทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้จริงจำนวน 10 ท่าน รวมถึงนำแบบร่างให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการดื่มกาแฟ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์พิจารณาทั้งหมด 2 ท่าน ผ่านการทำแบบสอบถาม เพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สมบูรณ์ จากนั้นนำผลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญมาจัดประเด็นสำคัญและสรุปผล และนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริปด้วยวัสดุที่แปรรูปจากหวายให้สมบูรณ์ หลังจากได้ผลการดำเนินงานวิจัยครบจามขั้นตอนแล้วสามารถสรุปผลการดำเนินงาน โดยแบ่งหัวข้อการสรุปดังต่อไปนี้

- 1.สรุปผลการวิจัย
- 2.อภิปรายผลการวิจัย
- 3.ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สีกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากลวดลายงานจักสานไทย โดยมีข้อค้นพบในการวิจัย ดังนี้

- 1.จากการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบลายจักสานไทย พบว่า รูปแบบของการสานนั้นมีอยู่หลากหลายรูปแบบ โดยมักจะยึดตามวัตถุประสงค์ว่าจะนำมาใช้งานอย่างไรเพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ตะกร้า กระเป๋า เป็นต้น ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนไทยที่ถูกสืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น โดยความแตกต่างของแต่ละรูปแบบจะอยู่ที่ความห่างและความหนาของการสาน ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกลวดลายด้วยการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านการทำหวายและทำการทดลองหาอัตราการใช้ของน้ำผ่านลวดลายทั้ง 10 แบบ

เพื่อพิสูจน์ว่าลวดลายใดใช้เวลาน้อยที่สุดจึงจะเหมาะสมที่จะนำมาขึ้นชิ้นงาน โดยผลที่ได้คือ ลายจุงนาง เนื่องจากเป็นลายที่ทำเวลาได้ดีที่สุดในการทดลองและผู้เชี่ยวชาญกล่าวว่าสามารถให้ได้ทั้งด้านการใช้งานและด้านความสวยงาม

2. เมื่อได้รูปแบบลวดลายจักสาน หรือลายจุงนางแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเริ่มต้นขบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์กับชาวบ้านผู้ที่มีความเชี่ยวชาญการจักสานงานหวายด้วยการวาดโครงร่างด้วยดินสอก่อนที่จะขึ้นชิ้นงานจริงด้วยการสาน อ้างอิงจากรูปทรงดริปเปอร์ทรงกรวยและดริปเปอร์ทรงมัตซึยามาเป็นต้นแบบในส่วนของโครงร่าง โดยได้ทำการออกแบบร่างทั้งหมด 2 แบบด้วยกัน มีลักษณะแตกต่างกันในด้านของช่องว่างหรือระยะห่างของการสาน จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านงานจักสานช่วยพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ เมื่อได้ตัวผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้งสองแบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำมาทำการคัดเลือกด้วยการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญและอาศัยแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านดังนี้ ด้านความสวยงาม, ด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด จึงได้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1 และจึงนำไปขายผ่านช่องทางออนไลน์พร้อมกับเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคจริงในขั้นตอนต่อไป

3. นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบรูปแบบที่ 1 ขายผ่านช่องทางออนไลน์และได้ผู้บริโภคจริงทั้งหมด 10 ท่าน มาทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อถามถึงความคิดเห็นที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์เพื่อนำคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะไปประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าในด้านของการใช้เมื่อนำไปใช้ดริปกาแฟจริงแล้วไม่สามารถทำได้ดีเทียบเท่ากับดริปเปอร์ที่ทำจากวัสดุชนิดอื่น เช่น แก้ว เซรามิค เป็นต้น แต่จุดเด่นที่ได้คือ กลิ่นที่มาจากวัสดุแปรรูปหวายที่ให้สัมผัสใหม่ในระหว่างการดริปกาแฟซึ่งไม่กลบรสชาติของกาแฟให้หายไป และตัวผลิตภัณฑ์สามารถแสดงถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจนผ่านกรรมวิธีการจักสาน อีกทั้งยังสามารถแสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มาจากชุมชน และในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือด้านของอายุการใช้งานอาจจะไม่คงทนเนื่องจากวัสดุแปรรูปหวายนั้นเป็นวัสดุธรรมชาติจึงอาจไม่เหมาะกับการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน แต่เหมาะกับการเป็นผลิตภัณฑ์ตัวเลือกที่ใช้เป็นบางโอกาสหรือสามารถเป็นอุปกรณ์ตกแต่งบ้านมากกว่าต่อมานำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และด้านการตีพิมพ์ทำการพิจารณาและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความลงตัวและสมบูรณ์มากที่สุด

โดยจากการสรุปผลวิจัยใน 3 ข้อพบว่าสามารถตอบจุดประสงค์ของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ คือ การศึกษาการจักสานหรือผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยนั้นสามารถนำมาออกแบบ

ผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปด้วยวัสดุแปรรูปหวายได้ให้มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยและตรงกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านที่สามารถนำองค์ความรู้นี้ไปปรับใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานจักสานและสร้างการรับรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของคนไทยได้อย่างลงตัว

2. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สกัดกาแฟแบบดริปจากวัสดุแปรรูปหวาย มีความสอดคล้องกับข้อมูลในแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การอภิปรายได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่จากชิ้นงานจักสานเดิมที่มีอยู่ โดยอาศัยความชื่นชอบของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยการนำอุปกรณ์ที่ใช้สกัดกาแฟแบบดริปมาเป็นแนวคิดในการทำวิจัยและผสมผสานกับการจักสานของคนไทยและเลือกใช้วัสดุธรรมชาติให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้จริงและมีความร่วมสมัย หลังจากการวิจัยจึงทำให้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า

การสร้างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสานจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุแปรรูปหายนั้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผู้บริโภคสนใจได้หากตัวผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด สอดคล้องกับ งานวิจัยของ พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์ เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ที่มีข้อสรุปว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชน สามารถสรุปตามความเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือตัวผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องมีเอกลักษณ์ดูแปลกใหม่ในท้องตลาด รองลงมาคือมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรม (พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์, 2561) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นลินทิพย์ เศวตสุวรรณ ที่ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบชุดกาแฟดริปจากโถงราชบุรี ซึ่งพบว่า การขึ้นตัวต้นแบบผลิตภัณฑ์นั้นได้รับแรงบันดาลใจจากความชื่นชอบและสนใจเกี่ยวกับโถงราชบุรี จึงได้มีการวิเคราะห์ถึงลวดลายของโถงที่มีลวดลายที่แตกต่างกันก่อนนำไปเป็นหลักในการออกแบบ โดยเป็นชุดดริปกาแฟที่สามารถนำเสนอถึงเอกลักษณ์และความสำคัญของโถงมังกรที่ซึ่งนำมาถ่ายทอดผ่านกระบวนการออกแบบให้มีลักษณะรูปร่างที่มีความร่วมสมัยและมีความสัมพันธ์กันในด้านของรูปทรงแต่ยังคงคุณค่าและเรื่องราวของลวดลายนั้น ๆ (นลินทิพย์ เศวตสุวรรณ, 2557) ในส่วนของการเพิ่มมูลค่าของงานจักสาน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาลวดลายหัตถกรรมเครื่องจักสานพื้นบ้านท้องถิ่น เพื่อ

เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาลวดลายบนเครื่องเรือน กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องจักสานบ้านหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ของประทีป คุนทอง ที่ได้ข้อสรุปว่าวิธีการเพิ่มมูลค่าให้งานจักสานนั้นจำเป็นต้องทำให้เป็นที่รู้จักและสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นด้วย โดยคนชุมชนจะต้องสามารถนำแนวทางในการประยุกต์ไปปรับใช้และพัฒนาเข้ากับงานของตน และสามารถต่อยอดกับวัสดุใหม่ ๆ เพื่อเป็นการอนุรักษ์รูปแบบของลวดลายของเครื่องจักสานให้มีแนวทางในการประยุกต์ได้มากยิ่งขึ้นตลอดจนการเผยแพร่อนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาให้คงอยู่ต่อไป (ประทีป คุนทอง, 2556) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวคิดประกอบการออกแบบระบุว่าต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงการออกแบบและการผลิตที่มีความผสมผสานระหว่างขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิมและมีความร่วมสมัย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแสดงออกถึงความเป็นไทยได้ผ่านการจักสานด้วยฝีมือของชาวบ้านที่สืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่นจึงทำให้มีความเชี่ยวชาญ พร้อมกับได้องค์ความรู้ใหม่ไปประกอบอาชีพด้านงานจักสานได้ โดยยึดตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค หรือเทรนด์ (Trend) ว่ามีความต้องการแบบไหนแล้วจะสามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นได้อย่างไร (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ. 2547)

3. ข้อเสนอแนะ

เรื่องวิธีการเก็บรักษา เนื่องจากวัสดุแปรรูปหวายเป็นวัสดุธรรมชาติและเมื่อนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สก็ดกาแฟที่ต้องสัมผัสกับน้ำขณะที่ใช้งานจึงมีความกังวลว่าอาจทำให้เกิดการขึ้นราบนตัวผลิตภัณฑ์ เพราะถ้าเป็นในส่วนของผลิตภัณฑ์จักสานอื่น ๆ จะมีการเคลือบเพื่อป้องกันราบนพื้นผิวของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หากมีนวัตกรรมที่ใช้เคลือบเพื่อป้องกันการขึ้นราและปลอดภัยสามารถบริโภคได้

บรรณานุกรม

กรมป่าไม้. (2561). แผนแม่บทบริหารจัดการทรัพยากรไม้และหวายแห่งชาติ พ.ศ. 2561-2579.

https://www.tei.or.th/file/events/2018-inbar-plan_24.pdf.

ชาติ วาระดี. (2564). แก้ว โลหะ เซรามิก หรือพลาสติก? อีกเทคนิคเลือก “ดริปเปอร์.”

<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/931590>

ไทยอันดับ 5 สร้างขยะพลาสติกต่อประชากรมากที่สุดในโลก พบอยู่ที่ 70 กก.ต่อคนต่อปี.

<https://www.bangkokbiznews.com/social/1008711>

นพดล ใหม่คามิ. (2561). การออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากวัสดุเปลือกก: กรณีศึกษา ชุดโต๊ะ

เก้าอี้ นั่งเรียน สำหรับเด็กก่อนปฐมวัย โต๊ะเก้าอี้นั่งเล่นเอนกประสงค์.

<http://research.rmu.ac.th/rdi-mis//upload/fullreport/1607005678.pdf>

นลินทิพย์ เสวตสุวรรณ. (2557). โครงการออกแบบชุดกาแฟดริปที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากโถง

ราชบุรี. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2565, จาก

<http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/3c34a6dc-f224-4406-a50a-949453061208/fulltext.pdf?attempt=2>

ประทีป คุ้มทอง. (2555). การศึกษาลวดลายหัตถกรรมเครื่องจักสานพื้นบ้านท้องถิ่น เพื่อเป็น

แนวทางในการ ออกแบบและพัฒนาลวดลายบนเครื่องเรือน: กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรม

เครื่องจักสานบ้านหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. จาก

<https://opacimages.lib.kmitl.ac.th/medias/b00189078/T128722.pdf>

ผู้จัดการออนไลน์. (2563). สสำรวจตลาดกาแฟไทย “ไปต่อ” หรือ “พักก่อน”. สืบค้นเมื่อ 21

กันยายน 2565, จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9630000112832>

พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุ

ธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.

สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565, จาก

<https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/1187/fulltext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

มยุรี เรืองสมบัติ. (2555). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกรณีศึกษาเฟอร์นิเจอร์ จาก
หวายเทียม.

[https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/1458/ITED_56_17.pdf?
sequence=1&isAllowed=y](https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/1458/ITED_56_17.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

รัชนี้ เพชรด้วง. (2565). พฤติกรรมการชงกาแฟในครัวเรือนของประชากรในกรุงเทพมหานคร.

สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2565, จาก [https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-
1/6114993721.pdf](https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993721.pdf)

ศศิธร พรหมมาลา. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่.

http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km_file/413.pdf

ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2565). ตลาดกาแฟในประเทศไทยปี 2564. สืบค้นเมื่อ 20

กันยายน 2565, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=364>

อาชิรญาณ์ ผ่าตะใจ. (2563). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์กระเทียมปลอดภัยของ
ผู้ประกอบการจังหวัดเชียงใหม่.

<https://erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=NDA3ODky&method=inline>

KURASU. (2564). เลือกดริปเปอร์ยังไงให้เหมาะกับตัวเอง. [https://kurasubkk.com/th/blogs/new-
blog/how-to-choose-the-dripper-which-one-is-right-for-you](https://kurasubkk.com/th/blogs/new-blog/how-to-choose-the-dripper-which-one-is-right-for-you)

Positioning. (2564). ตลาดกาแฟปี 2563. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565, จาก

<https://positioningmag.com/1337014>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กิตติพัฒน์ วัฒนานุสรณ์
วัน เดือน ปี เกิด	1 ตุลาคม 2542
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
ที่อยู่ปัจจุบัน	265/29 ซอยสาธุประดิษฐ์ 15 ถนนสาธุประดิษฐ์ เขตยานนาวา แขวงช่อง นนทรี กรุงเทพฯ 10120

