

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จ.สุราษฎร์ธานี โดยนำเอากาบหมากซึ่งเป็นเศษวัสดุจากธรรมชาติในท้องถิ่นมาออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในเชิงพาณิชย์ โดยผ่านกลไกการถ่ายทอดภูมิปัญญาร่วมกันระหว่าง คณะวิจัย ครูภูมิปัญญาด้านศิลปในท้องถิ่น และสมาชิกโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง การออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ทำโดยสำรวจช่องทางการจัดจำหน่ายในแหล่งซื้อประเภทโมเดิร์นเทรด ร้านจำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึกต่างๆ จำนวน 5 แห่ง การสำรวจพฤติกรรมผู้ซื้อ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

ผลการสำรวจพบว่าผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทของใช้มากที่สุด รองลงมา คือ ของของที่ระลึก และของตกแต่ง โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจากร้านจำหน่ายของที่ระลึกจากผู้ผลิตโดยตรง และห้างสรรพสินค้า ราคาที่ยอมรับได้ระหว่าง 100-200 บาทต่อชิ้น ราคาของของขวัญตามเทศกาลยอมรับได้ที่ 601 บาท ขึ้นไปต่อชิ้น ประเด็นสำคัญในการเลือกซื้อ คือ การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทของใช้ทั่วไป ของตกแต่ง และของที่ระลึกมากที่สุด โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจากห้างสรรพสินค้า จากร้านจำหน่ายของที่ระลึกและงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น ราคาที่ยอมรับได้ 100-200 บาทต่อชิ้น ของขวัญตามเทศกาลยอมรับได้ในราคา 201-300 บาทต่อชิ้น ประเด็นที่ค้ำถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากเป็นเรื่องความสวยงาม โดดเด่น และสะดุดตา ประชาชนในพื้นที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทของใช้ทั่วไปมากที่สุด รองลงมาซื้อเพื่อเป็นของตกแต่ง และของที่ระลึก ในอัตราร้อยละที่เท่ากัน โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจากร้านจำหน่ายของที่ระลึก รองลงมาเป็นงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น และห้างสรรพสินค้า ราคาที่ยอมรับได้ 100-200 บาทต่อชิ้น สิ่งที่ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ค้ำถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากมากที่สุด คือ การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์

กระบวนการวิจัยมีการประชุมสนทนากลุ่มและการใช้แบบประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกันระหว่างทีมสมาชิกโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง ผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุ และทีมวิจัย ผลการประชุมกลุ่มสนทนา พบว่า ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้มีความสวยงาม โดยการถัก จักสานกาบหมากเพื่อขึ้นรูปเป็นของใช้โดยเน้นขั้นตอนการผลิตที่สามารถทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เพื่อความง่ายในขั้นตอนการถ่ายทอดเทคโนโลยี เน้นการผสมผสานกับวัสดุกาบหมากกับวัสดุอื่นๆ ทั้งสี รูปแบบ และลวดลายให้เกิดการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และมีความสวยงามสะดุดตาให้แก่ผลิตภัณฑ์ ตามผลการสำรวจพฤติกรรมทางการตลาดของผู้ซื้อ ด้านวัสดุและกระบวนการผลิต ก่อนที่นำกาบหมากไปผลิตผลิตภัณฑ์ ควรนำกาบหมากไปตากแดดก่อนเพื่อป้องกันเชื้อรา หรือนำผ้าชุบน้ำ หรือแอลกอฮอล์เช็ดเพื่อกำจัดเชื้อรา แล้วนำไปตากแดดให้แห้งเพื่อลดเชื้อรา และมีการทาเคลือบผิวผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันเชื้อรา และเพิ่มความสวยงาม สำหรับด้านบรรจุภัณฑ์ ควรทำบรรจุภัณฑ์ขึ้นนอกให้มีความโปร่งเห็นผลงาน มีข้อมูล เรื่องราวของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งที่ผลิต อยู่บนกล่อง เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อาจเป็นข้อความเชิงบรรยาย หรือคิวอาร์โค้ดที่เชื่อมโยงการจำหน่ายแบบออนไลน์ หลังจากนั้นมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายตาม

ข้อเสนอแนะ และมีการนำผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายไปประเมินอีกครั้งเพื่อให้เกิดชิ้นงานที่สามารถนำไปสู่การจัดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้

ผลการประเมินจากผู้ที่เกี่ยวข้องในช่องทางจำหน่ายประเภทโมเดิร์นเทรด ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุ และตัวแทนสมาชิกจากโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง อยู่ในระดับดี ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยและประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน พบว่า ต้องการผลิตภัณฑ์ในด้านการท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกต่อการขนย้ายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ต้องการตราผลิตภัณฑ์ที่จดจำได้ง่าย และผลิตภัณฑ์สามารถป้องกันการสัมผัสจากความชื้น น้ำ หรืออากาศ การคำนวณสัดส่วนต้นทุนการผลิตสินค้ามีต้นทุนผันแปร ตั้งแต่ 82.17 บาท ถึง 252.47 บาทต่อชิ้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนต้นทุนผันแปรสูงเป็นประเภทกระเป๋าจากกาบหมาก และมีอัตรากำไรขั้นต้นต่อชิ้น อยู่ในช่วง 20.82 - 37.10 เปอร์เซ็นต์ ขึ้นอยู่กับลักษณะชิ้นงาน และต้นทุนผันแปรที่เกิดจากการประดับตกแต่งให้เกิดความสวยงาม

Abstract

The research is about product development and packaging design at the school of life at Baan Sai Rung, Surat Thani Province by using the clump of betel nuts. It was a remnant of local natural materials to design and develop into commercial products. The research was the mechanism of sharing wisdom between research teams, local art wisdom teachers, and members of the Life School at Baan Sai Rung. The design and development of product prototypes were done by surveying 5 distribution channels in the modern trade, purchasing source and souvenir shops. There was a 400 sample survey using an accidental sampling method of buyer behavior including people in Surat Thani province, Thai tourists and foreign tourists visiting Surat Thani.

The survey results show that foreign tourists bought betel nut household products the most, followed by souvenirs and decorations. They expected to purchase the betel nut products from the souvenir shop directly, from the manufacturer and department stores. Acceptable prices were between 100-200 baht per piece. Festival gift prices were acceptable at 601 baht or more per piece. The key point in buying was to reflect the uniqueness. Thai tourists expected to purchase the products of betel nut from department stores, souvenir shops and local fairs. An acceptable price was 100-200 baht per piece and festival gift prices were acceptable between 201-300 baht per piece. The issues that are considered in the purchase of betel nut products were beautiful, outstanding and eye-catching. The people in the area bought the products from betel nut for household products the most, followed by decoration and souvenirs at the same percentage. They were expected to purchase products from betel nut from the gift shops, followed by local fairs and department stores. The acceptable price was 100-200 baht per piece. People in Surat Thani Province considered the reflection of uniqueness in the selection of products from the betel nut.

The research process included a focus group about the use of prototype, and product evaluation forms among school of life team members at Ban Sai Rung, material experts, marketing experts, packaging experts, and research team. The results of the focus group found that the prototype of the product should be developed to be beautiful by basketry of the betel nut in order to be molded as a material by focusing on the production process. It can easily be done and it was not complicated to simplify the process of technology transfer. It focused on the combination of cladding material and other materials, including colors, and patterns, to reflect the uniqueness and eye catching beauty of the product. The survey of market behavior of buyers about materials and production processes before using the betel nut to produce products found that the betel nut should be exposed to the sun to prevent mold or use a cloth moistened with water or rubbing alcohol to get rid of mold. After drying betel nuts in

the sun to reduce mold, the products were coated to prevent mold, decorating, and packaging. The outer packaging should be transparent to see the work. There was information about the product story or the production source on the box in order to add value to the products. It may be descriptive text or QR codes that link to online sales. After that, the final product development was suggested to have the final product evaluated in order to create a work piece that can lead to a commercial distribution.

Assessment results from relevant parties in modern trade distribution channels, gift shops, specialist in community product design and development, marketing and packaging experts, material experts, and the membership representatives from the school of life at Baan Sai Rung are in a good level. The survey of 400 samples from foreign tourists, Thai tourists and people in Surat Thani province on their packaging needs found that the need for products in the field of wrapping for ease of transportation came first, followed by a product brand that was easy to remember. Then, the products could prevent exposure from moisture, water or air. A calculation of production cost ratio varies from 82.17 baht to 252.47 baht per piece depending on the nature of the product. Products with a high variable cost ratio were bag types from betel nut. It had a gross profit margin per piece in the range of 20.82 - 37.10 percent. It depended on the work piece characteristics and variable costs arising from decorations to create beauty.