

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านครนารายณ์ของชุมชนหุบกะพง อำเภอ ชะอำ  
จังหวัดเพชรบุรี

Creating value-added sisal processing products of the Hupkaphong  
community, Cha-am district, Phetchaburi province

วัชรระ ยี่สุนเทศ<sup>1</sup> และ อิงอร ตั้นพันธ์<sup>2</sup>

(Watchara Yeesoontes and Aing-on Tunphan)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านครนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีความนุ่ม และสามารถกันน้ำได้ และทดสอบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านครนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ด้านผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ ขั้นตอนการวิจัยเริ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความนุ่มโดยใช้กระบวนการแช่เส้นใยป่านกับสารเคมีโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ 1 ชั่วโมง แล้วทำการย้อมสีตามต้องการ จากนั้นแช่ด้วยกรดอะซิติก ความเข้มข้น 0.5 โมลาร์ 3 ชั่วโมง แล้วจึงนำเส้นใยป่านไปขึ้นรูปตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ จากนั้นสร้างความสามารถกันน้ำโดยการฉีดยาฟลูออโรเคมีคัล แล้วจึงนำไปทดสอบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านครนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ด้านผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ วิเคราะห์ผลโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ และ Pearson Chi-Square (P) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์และ Paired Simple T-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

<sup>1\*</sup> ดร. อาจารย์คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Dr. Lecturer Faculty of Master of Business Administration Kasem Bundit university

<sup>2\*</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Assistant professor Faculty of Master of Business Administration Kasem Bundit university

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 โครงการนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Received research funding from Office of Higher Education Commission 2018, innovation project to drive the creative economy

Corresponding author : [dr.watchara@yahoo.com](mailto:dr.watchara@yahoo.com)

ผลการวิจัยประเด็นปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนครั้งของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนครั้งของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์ ประเด็นความคาดหวังก่อนซื้อและความพึงพอใจหลังซื้อของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์พบว่าความคาดหวังก่อนซื้อและความพึงพอใจหลังซื้อของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์แตกต่างกัน ในด้านคุณภาพของวัตถุดิบที่ดีขึ้น ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ความสวยงามของการออกแบบที่ทันสมัย การพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง เมื่อนำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย และภาพลักษณ์ชื่อเสียงของสินค้าที่ดี สรุปได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

**คำสำคัญ :** ป่านศรนารายณ์ ความนุ่ม กันน้ำ ส่วนผสมทางการตลาด ความคาดหวัง

## ABSTRACT

The objective of this research is to develop sisal products of the agricultural cooperative village of Hupkaphong. Product To be soft and can be waterproof then test the opinions of consumers on new sisal product development. The research process begins with the development of products that are soft, using the process of soaking the hemp fibers with 1 hour of potassium hydroxide and dyeing as needed. Then soaked with 0.5 molar acetic acid for 3 hours and then put the hemp fibers to be the product. Then create a waterproof ability by spraying with fluorocarbon. And then used to test the opinions of the consumers on new sisal products of the village agricultural cooperatives Hupkapong In terms of newly developed products. The statistics used in data analysis, consisted of percentage (mean) and mean (Mean) and standard deviation (Standard Deviation) to describe demographic data and Pearson Chi-Square ( P) to explain the relationship and Paired Simples T-Test to compare the mean and the relationship between variables.

The results of the research on personal factors are related to the number of purchases of new sisal products. Gender, age, education level The monthly income and the different occupations are different in relation to the number of purchases of new sisal products. Issues of pre-purchase expectations and the satisfaction after the purchase of new sisal products are different. In the quality of good raw materials The product is durable. The beauty of modern design continuous model development when used, it is safe and good image of the product.

**Keywords:** sisal, softness, waterproof, marketing mix, expectations

Article history: Received 25 December 2018

Revised 16 February 2019

Accepted 18 February 2019

## 1. บทนำ

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT มีความเชื่อมั่นในการเติบโตของตลาดงานศิลปหัตถกรรมไทยในภาพรวม งานศิลปหัตถกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านหรืองานหัตถกรรมชุมชนที่ใช้ทักษะฝีมือจากช่างพื้นบ้าน ผลงานหัตถกรรมที่เป็นของใช้สอยทั่วไป เช่น เครื่องจักสาน ผ้าทอ เครื่องปั้นดินเผา และงานศิลปหัตถกรรมที่ใช้ทักษะฝีมือชั้นสูงเป็นงานศิลปะที่มีคุณค่า ที่ผู้ซื้อนิยมซื้อเพื่อสะสม หรือเป็นการซื้อเพื่อการลงทุน ที่สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ในอนาคต งานศิลปหัตถกรรมทั้ง 2 ประเภทนี้ยังคงได้รับความนิยมแต่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านรูปแบบ ประโยชน์การใช้สอย วัตถุดิบ และการสร้างคุณค่าจากภูมิปัญญาดั้งเดิมของช่างผู้ผลิต

โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากป่านศรนารายณ์พบว่าผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ของสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง จุดแข็งที่สำคัญคือป่านศรนารายณ์ที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตมีเพียงพอในการผลิตโดยความร่วมมือจากสมาชิกของสหกรณ์ที่ปลูกต้นป่านศรนารายณ์ในพื้นที่ในชุมชน สามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำกว่าการรับซื้อจากแหล่งอื่น สินค้าได้รับการคัดสรรให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดเพชรบุรี และระดับภาคกลาง จุดอ่อนที่สำคัญคือคุณภาพของสินค้าที่มีลักษณะแข็งกระด้าง และความเสียหายเปรียบด้านภูมิศาสตร์คือ ที่ตั้งของสหกรณ์การเกษตรหุบกะพงตั้งอยู่ห่างไกลจากการเข้าถึงของลูกค้าทำให้ลูกค้าเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าได้ยาก โอกาสที่สำคัญคือ กระแสนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้บริโภค การเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีทั้งทางการผลิตและการจัดจำหน่ายรายการสินค้าบนเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ อุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหาด้านการตลาด การหาตลาดใหม่เพื่อขยายการเติบโตทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการตอบสนองของลูกค้า การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าให้แก่ลูกค้าเก่าและลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้สินค้า การโฆษณาสินค้าเพื่ออนุรักษ์งานหัตถกรรมของไทย การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและตราสินค้าที่แสดง

ทางด้านปัญหาและอุปสรรคด้านวัตถุดิบที่ใช้ขึ้นยังมีความแข็งและผิวสัมผัสยังมีลักษณะที่หยาบโดยลูกค้าต้องใช้ก่อนระยะหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นนั้นถึงจะเกิดความนุ่ม จากลักษณะของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงเกิดปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าบางคนที่อาจเกิดการคันเมื่อเสียดสีกับผลิตภัณฑ์ขึ้นนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังขาดการปรับปรุงในส่วนของการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความนุ่มของผิว และผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากเส้นใยธรรมชาติจึงทำให้เกิดปัญหาด้านการเก็บรักษาเพื่อไม่ให้มีความชื้นซึ่งเป็นสาเหตุของการขึ้นราได้

ผลิตภัณฑ์จากป่านศรนารายณ์เป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการศิลปาชีพ และดำเนินกิจการมาเป็นเวลานาน ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดและเพิ่มปริมาณการขายทำให้ชาวบ้านมีอาชีพหารายได้เสริมในครอบครัว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์เพิ่มเติมแล้ว นำผลิตภัณฑ์มาทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ของผู้ประกอบธุรกิจป่านศรนารายณ์

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีความนุ่ม และสามารถกันน้ำได้
2. เพื่อทดสอบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ด้านผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

### 2.1 การพัฒนาเส้นใยป่านศรนารายณ์เพื่อทำให้ผิวสัมผัสนุ่ม

เส้นใยจากป่านศรนารายณ์ที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต จากการร่วมมือของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรหุบกะพงและการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่สนับสนุนเรื่องเนื้อที่ในการเพาะปลูกป่านศรนารายณ์ให้แก่ชุมชนทำให้ปัจจุบันสหกรณ์มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่ได้รับความช่วยเหลือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดัตตราชวิทยาลัย จังหวัดเพชรบุรี คือเครื่องแยกเส้นใย เทคนิคการย้อมที่ทันสมัยทำให้ประหยัดเวลาในการผลิตและได้เส้นใยที่มีคุณภาพมากกว่าการแยกเส้นใยแบบเดิมที่ใช้ในการแยกเส้นใยด้วยมือการจักสานเป็นรูปแบบของการจักสานด้วยลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านผสมผสานกับการใช้จักรเย็บผลิตภัณฑ์บางชิ้นขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนมากกว่าการเย็บแบบเดิมที่ใช้การเย็บด้วยมือ ทำให้สามารถผลิตได้รวดเร็วและเพิ่มจำนวนของผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าเดิม

### 2.2 การทดสอบหาค่าประกอบทางเคมีของเส้นใยป่านศรนารายณ์

จากการทดสอบเส้นใยป่านศรนารายณ์โดยทำการหาปริมาณเซลลูโลส ลิกนิน และเอมีนเซลลูโลส พบว่าเส้นใยป่านศรนารายณ์ที่ได้จากการชุบด้วยไม้ไผ่ จะมีปริมาณเซลลูโลสร้อยละ 60.85 ซึ่งปริมาณมากกว่าเส้นใยที่ได้จากเครื่องจักรที่มีปริมาณร้อยละ 57.45 ส่งผลทำให้เส้นใยที่ได้จากการชุบด้วยไม้ไผ่มีความแข็งแรงด่างน้อยกว่าเส้นใยที่ได้จากการใช้เครื่องจักร และเส้นใยป่านศรนารายณ์ที่ได้จากทั้งสองกระบวนการความสามารถในการดูดความชื้น ใกล้เคียงกัน ที่ร้อยละ 10.03 ดังตารางที่ 1

## ตารางที่.1 ผลการทดสอบทางองค์ประกอบทางเคมีของเส้นใยป่านศรนารายณ์

องค์ประกอบทางเคมี	ประมาณร้อยละ	
	เส้นใยที่ได้จากการชูด ด้วยไม้ไผ่	เส้นใยที่ได้จากการใช้เครื่องจักร
เซลลูโลส	60.85	57.45
เฮมิเซลลูโลส	23.45	23.14
ลิกนิน	2.05	3.35
ความชื้น	10.03	10.03

### 2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์เพื่อทำก้านน้ำ

วีระศักดิ์ อุดมกิจเดชา (2542) อธิบายไว้ว่า เส้นใยธรรมชาติจากพืชทุกชนิดเป็นเส้นใยประเภทเซลลูโลสที่มีองค์ประกอบทางเคมีด้วยธาตุหลัก คือ คาร์บอน 44.4% ไฮโดรเจน 6.2% และออกซิเจน 49.4% ต่อกันเป็นโซโมเลกุล แต่ละหน่วยของกลูโคสประกอบด้วยหมู่ ไฮดรอกซิลทั้งหมด 3 หมู่ซึ่งเหมือนกับโครงสร้างของน้ำตาลทั่วไป แต่เนื่องจากโมเลกุลต่อกันเป็นลูกโซ่ทำให้ไม่ละลายน้ำเหมือนกับที่เกิดกับน้ำตาล โครงสร้างทางเคมีนี้นับว่ามีบทบาทอย่างยิ่งต่อการกำหนดสมบัติของเส้นใยกล่าวคือ หมู่ไฮดรอกซิล (-HO) จะเป็นตัวดึงดูดน้ำทำให้มีความสามารถในการดูดซึมและความชื้นได้ดี และมีผลทำให้เส้นใยมีความแข็งแรง

### 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

Kotler (2000: 14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า เป็นกลุ่มเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่า 4P's คือ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

### 2.5 แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังและความพึงพอใจ

#### 2.5.1 ความคาดหวังของผู้บริโภค

ระดับความหวังของผู้บริโภคจะช่วยให้กิจการแน่ใจได้ว่า บริการที่เสนอขายนั้นตรงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548: 48-50) ได้อธิบายว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ระดับ มีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1) ระดับบริการในอุดมคติ (Ideal Service Level) เป็นระดับบริการที่ผู้บริโภคมุ่งมาดปรารถนา (Whished) ที่จะได้รับซึ่งในทางปฏิบัติแล้วอาจไม่สามารถให้บริการระดับนั้นได้เป็นบริการที่ลูกค้าใฝ่ฝันอยากได้รับบริการนั้น

2) ระดับบริการที่ปรารถนา (Desired Service Level) ความคาดหวังของลูกค้าจะอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับในอุดมคติ เรียกว่า ระดับที่ปรารถนา ระดับบริการที่ปรารถนาจะเป็นระดับบริการที่ลูกค้าต้องการหรือหวังว่าจะได้รับบริการอย่างนั้นในสถานการณ์เช่นนี้ ระดับบริการที่ปรารถนาจะต่ำกว่าระดับบริการในอุดมคติ

3) ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) เป็นระดับบริการที่ต่ำที่สุดที่ผู้บริโภคจะยอมทน หรือยอมรับได้ โดยปราศจากความไม่พอใจ

4) ระดับบริการที่คาดไว้ล่วงหน้า (Predicted Service Level) เป็นระดับบริการที่ผู้บริโภคหวังว่าจะได้รับจากธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งระดับบริการที่คาดไว้ล่วงหน้าจะอยู่ในช่วงตั้งแต่ระดับบริการในอุดมคติจนถึงระดับบริการที่พอรับได้

5) ระดับระยะห่างที่ยอมรับได้ (Zone of Tolerance) เป็นพื้นที่ที่อยู่ระหว่างระดับบริการที่ปรารถนากับระดับบริการที่พอรับได้ เรียกว่าเขตที่สามารถยอมทนได้ งานบริการที่เสนอแก่ผู้บริโภคถ้าอยู่ในเขตพื้นที่นี้ผู้บริโภคจะยอมทนได้ แต่ถ้าการให้บริการอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับบริการที่พอรับได้หรืออยู่นอกพื้นที่นี้ผู้บริโภคจะไม่สามารถยอมรับได้

### 2.5.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภค

สมหมาย เปียถนอม (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุขเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไปและเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสุขใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุขรวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

จากความหมายของความพึงพอใจในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจนั้น หมายถึงความรู้สึกทัศนคติ เจตคติ ในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของบุคคล หรือความชอบใจในการได้รับการตอบสนองต่อพฤติกรรมที่ตรงกับความต้องการของผู้รับการตอบสนองของแต่ละบุคคล สำหรับการศึกษาความพึงพอใจครั้งนี้ผู้วิจัยจะสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านศรนารายณ์ ในด้านด้านวัสดุ ด้านสวยงามของการออกแบบ ด้านความทันสมัยของแบบ ด้านความปลอดภัยและภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าเป็นสินค้าที่มีความคงทน

#### ลักษณะความพึงพอใจ

ความพึงพอใจทั่วไปมีลักษณะดังนี้ ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อ สิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลต้องมีความปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความ

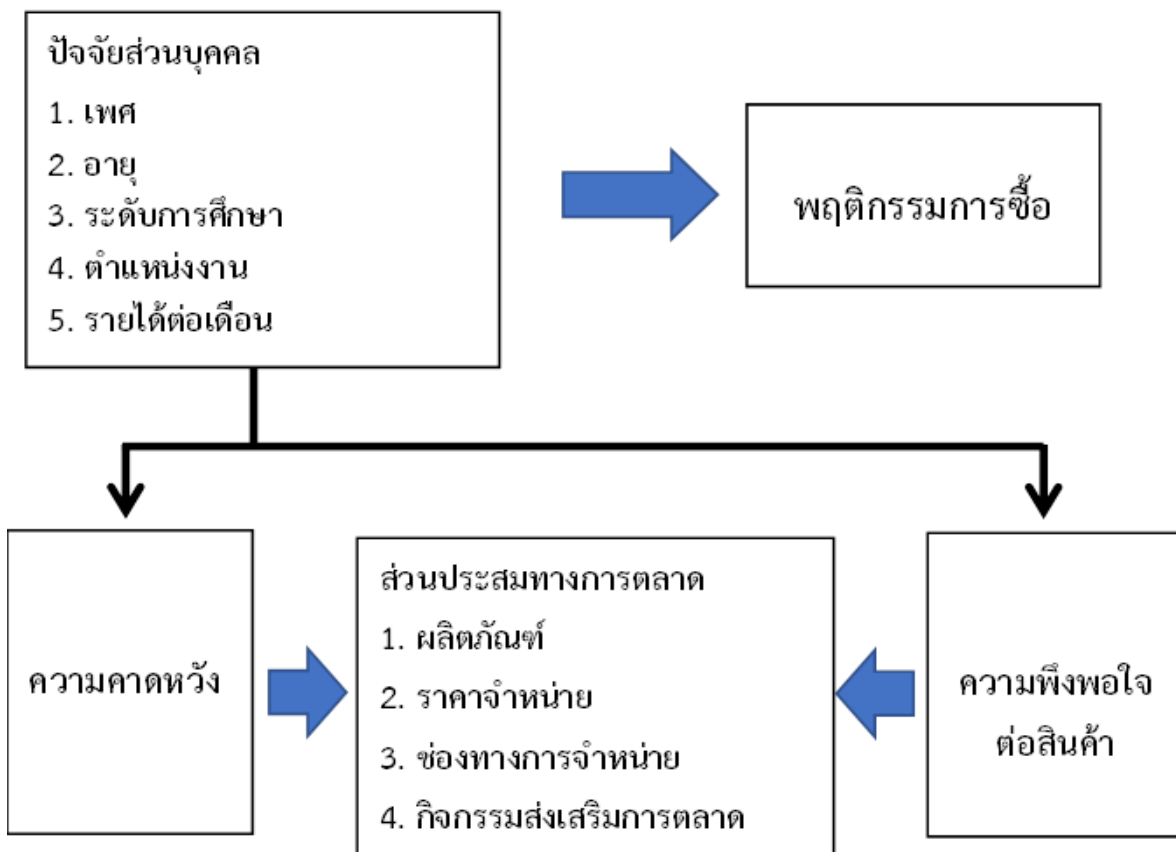
ต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การเรียนรู้สิ่งที่จะได้รับการตอบสนองแตกต่างกันไป

ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้

ความสำคัญของการวัดความพึงพอใจ ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดโดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

- 1) ทำให้ทราบความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 2) ทำให้ทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

### กรอบแนวความคิด



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย



### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าป่านครนารายณ์ โดยให้ตอบแบบสอบถาม เลือกตัวอย่าง จำนวน 397 ราย การศึกษาในครั้งนี้ใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ W.G.Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการหาค่าความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลลัพธ์ที่ได้เท่ากับ .87

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษาจำนวน 40 คน ผลลัพธ์ที่ได้เท่ากับ .931

#### 3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ คือค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและตัวแปรต่าง ๆ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ Pearson Chi-Square (P) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์และ Paired Simples T-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

### 4. ผลการวิจัย

#### 4.1 การศึกษาการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์

การศึกษาการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์ โดยศึกษาสภาวะที่เหมาะสมของการใช้ต่าง 3 ชนิดคือ โซเดียมไฮดรอกไซด์ โพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ และโซเดียมคาร์บอเนตและเอนไซม์ 2 ชนิดคือ เพคตินเนส และเซลลูเลส เพื่อหาสภาวะที่เหมาะสมของสารแต่ละชนิดในการปรับสภาพเส้นใยป่านครนารายณ์

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมบัติต่าง ๆ ของเส้นใยป่านครนารายณ์หลังทำการปรับสภาพผิวโดยใช้สารละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์ระยะเวลา 1 ชั่วโมง ความเข้มข้น 0.25/ 0.5 และ 1 โมลาร์

ความเข้มข้น (โมลาร์)	การสูญเสีย น้ำหนัก (ร้อยละ)	ขนาดเส้นใย (เท็กซ์)	ความแข็งแรง ณ จุดขาด (เซนติวัตตัน ต่อเท็กซ์)	จำนวนเกลียวจากเส้นใยขาด (รอบ)	ค่าความเหลือง
0.25	7.3636	19.73	34.2680	45	40.9800
0.50	6.7592	19.55	38.0587	14	41.8700
1.00	7.7950	18.80	34.4643	41	43.0150



จึงสรุปได้ว่าความเข้มข้นของสารละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์ที่เหมาะสมเพื่อปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์คือ 0.5 โมลาร์ เนื่องจากเป็นความเข้มข้นที่ทำให้เส้นใยมีสมบัติตามต้องการแม้ว่าจะไม่ใช่ความเข้มข้นที่สูงที่สุด แต่มีความคุ้มค่ามากที่สุดต่อการนำมาใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ด้วยสารละลายโซเดียมไฮดรอกไซด์

**ตารางที่ 3** แสดงผลการทดสอบสมบัติต่าง ๆ ของเส้นใยป่านศรนารายณ์หลังทำการปรับสภาพผิวโดยใช้สารละลายโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ระยะเวลา 1 ชั่วโมง ที่ความเข้มข้น 0.25/ 0.5 และ1.0 โมลาร์

ความเข้มข้น (โมลาร์)	การสูญเสีย น้ำหนัก (ร้อยละ)	ขนาดเส้นใย (เท็กซ์)	ความแข็งแรง ณ จุดขาด (เซนตินิวตัน ต่อเท็กซ์)	จำนวนเกลียว จากเส้นใยขาด (รอบ)	ค่าความเหลือง
0.25	7.612	19.68	39.9012	44	37.7100
0.50	6.974	19.53	40.1487	40	41.8033
1.00	9.7474	18.37	40.1548	49	44.7667

จึงสรุปได้ว่า ความเข้มข้นของ สารละลายโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ที่เหมาะสมเพื่อปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ คือ 0.5 โมลาร์ เนื่องจากเป็นความเข้มข้นที่ทำให้เส้นใยสมบัติที่จะส่งผลทำให้เส้นใยนุ่มถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ความเข้มข้นที่สูงที่สุดแต่มีความคุ้มค่ามากที่สุดต่อการนำมาใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ด้วยสารละลายโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์

**ตารางที่ 4** แสดงผลการทดสอบสมบัติต่าง ๆ ของเส้นใยป่านศรนารายณ์หลังทำการปรับสภาพผิวโดยใช้สารละลายโซเดียมคาร์บอเนต ระยะเวลา 1 ชั่วโมง ที่ความเข้มข้น 0.25/ 0.5 และ1.0 โมลาร์

ความเข้มข้น (โมลาร์)	การสูญเสีย น้ำหนัก (ร้อยละ)	ขนาดเส้นใย (เท็กซ์)	ความแข็งแรง ณ จุดขาด (เซนตินิวตัน ต่อเท็กซ์)	จำนวนเกลียว จากเส้นใยขาด (รอบ)	ค่าความเหลือง
0.25	4.1223	20.42	43.9754	42	34.0900
0.50	3.6556	20.39	42.4785	43	35.8433
1.00	4.0355	20.33	48.3304	43	34.1467

จึงสรุปได้ว่าความเข้มข้นของสารละลายโซเดียมคาร์บอเนต ที่เหมาะสมเพื่อปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ คือ 0.5 โมลาร์ เนื่องจากเป็นความเข้มข้นที่ทำให้เส้นใยคุณสมบัติที่จะส่งผลให้เส้นใยนุ่มถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ความเข้มข้นที่สูงที่สุดแต่มีความคุ้มค่ามากที่สุดต่อการนำมาใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ด้วยสารละลายโซเดียมคาร์บอเนต

การทดลองศึกษาความเข้มข้นที่เหมาะสมของ เอนไซม์เพคตินเนส โดยทำการทดลองความเข้มข้น 5/ 10 และ 15 กรัมต่อลิตรตามลำดับ ใส่สาร Penetrating Agent 5 กรัม ต่อ ลิตร อัตราส่วนของเส้นใย ต่อเอนไซม์

เท่ากับ 1 ต่อ 20 จากนั้นนำมาแช่ด้วยกรดอะซิติก ความเข้มข้น 0.5 โมลาร์ ระยะเวลา 3 ชั่วโมง ผลการทดสอบสมบัติทางกายภาพ

**ตารางที่ 5** แสดงผลการทดสอบสมบัติต่าง ๆ ของเส้นใยป่านศรนารายณ์หลังทำการปรับสภาพผิวโดยใช้เอนไซม์เพคตินเนส ที่ระยะเวลา 1 วัน โดยทำการทดลองที่ความเข้มข้น 5/ 10 และ 15 กรัม ต่อลิตร

ความเข้มข้น (กรัมต่อลิตร)	การสูญเสีย น้ำหนัก (ร้อยละ)	ขนาด เส้นใย (เท็กซ์)	ความแข็งแรง ณ จุดขาด (เซนตินิวตัน ต่อเท็กซ์)	ความกระด้าง (รอบ)	ค่าความ เหลือง
5	5.8062	20.06	45.1742	43	36.0100
10	5.4047	19.99	41.9329	41	36.2400
15	6.0457	19.72	40.2235	33	34.1200

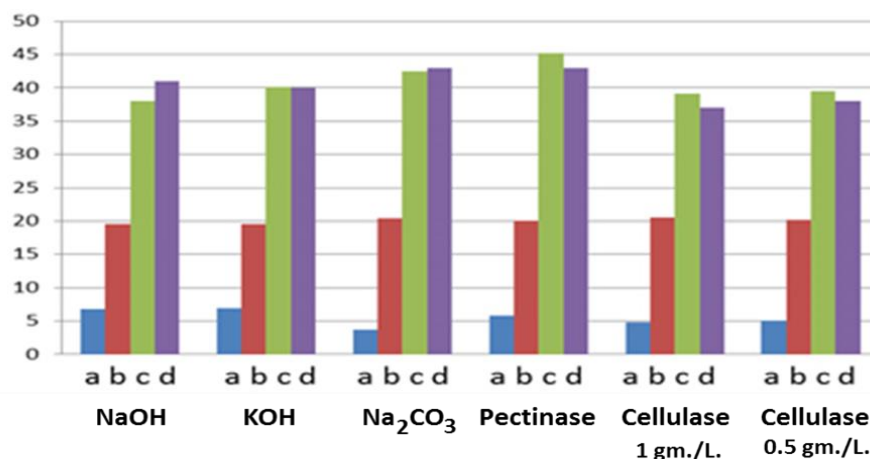
จึงสรุปได้ว่า ความเข้มข้นของเอนไซม์เพคตินเนส ที่เหมาะสมเพื่อปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ คือ 5 กรัมต่อลิตร เนื่องจากเป็นความเข้มข้นที่ทำให้เส้นใยคุณสมบัติที่จะส่งผลทำให้เส้นใยนุ่มถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ความเข้มข้นที่สูงสุดแต่มีความคุ้มค่ามากที่สุดต่อการนำมาใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์

**ตารางที่ 6** แสดงผลการทดสอบสมบัติต่าง ๆ ของเส้นใยป่านศรนารายณ์หลังทำการปรับสภาพผิวโดยใช้เอนไซม์เซลลูเลส ที่ระยะเวลา 1 วัน โดยทำการทดลองที่ความเข้มข้น 0.5/ 1.0 และ 2.0 กรัม ต่อลิตร

ความเข้มข้น (กรัมต่อลิตร)	การสูญเสีย น้ำหนัก (ร้อยละ)	ขนาด เส้นใย (เท็กซ์)	ความแข็งแรง ณ จุดขาด (เซนตินิวตัน ต่อเท็กซ์)	ความกระด้าง (รอบ)	ค่าความ เหลือง
0.5	5.1024	20.21	39.4521	38	38.2867
1.0	4.7985	20.50	39.0705	37	35.0700
2.0	5.5078	20.29	34.2351	35	35.2400

จึงสรุปได้ว่า ความเข้มข้นของเอนไซม์เซลลูเลส ที่เหมาะสมเพื่อปรับสภาพผิวเส้นใยป่านศรนารายณ์ คือ 1.0กรัมต่อลิตร เนื่องจากเป็นความเข้มข้นที่ทำให้เส้นใยคุณสมบัติที่จะส่งผลทำให้เส้นใยนุ่มถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ความเข้มข้นที่สูงต่อการนำมาปรับสภาพผิวเส้นใย

การเปรียบเทียบผลการทดลองของสารแต่ละชนิดต่อสมบัติของเส้นใยป่านศรนารายณ์การสูญเสียน้ำหนักของเส้นใย ขนาดของเส้นใย ความแข็งแรงของเส้นใย และความกระด้างของเส้นใย ดังภาพ



a: Weight loss (%)	6.7592	6.9747	3.6556	5.8062	4.7985	5.1024
b: Fiber Fineness (Tex)	19.55	19.53	20.39	20.06	20.5	20.21
c: Tensile (cN/Tex)	38.0587	40.4187	42.4785	45.1742	39.0705	39.45
d: Stiffness (Twist)	41	40	43	43	37	38

แผนภาพที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบผลการทดลองของสารแต่ละชนิดต่อสมบัติของเส้นใย

a ร้อยละการสูญเสียน้ำหนักของเส้นใย    b ขนาดของเส้นใย

c ความแข็งแรงของเส้นใย    d ความกระด้างของเส้นใย

### ร้อยละการสูญเสียน้ำหนักของเส้นใย

แสดงให้เห็นว่าชนิดของสารที่ใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์ส่งผลต่อร้อยละการสูญเสียน้ำหนักของเส้นใย พบว่า การใช้สารละลายโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์จะทำให้เส้นใยมีร้อยละการสูญเสียน้ำหนักมากที่สุด คือ ร้อยละ 6.9747 และการใช้สารละลายโซเดียมคาร์บอเนตจะทำให้เส้นใยมีร้อยละการสูญเสียน้ำหนักน้อยที่สุดคือร้อยละ 3.6556

### ขนาดเส้นใย

แสดงให้เห็นว่าชนิดของสารที่ใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์ส่งผลต่อขนาดของเส้นใย ซึ่งการใช้เอนไซม์เซลลูเลสในการปรับสภาพผิวจะทำให้เส้นใยป่านครนารายณ์ที่ได้หลังจากการปรับสภาพมีขนาดเส้นใยใหญ่ที่สุด เท่ากับ 20.39 เท็กซ์ และการใช้สารละลายโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์จะทำให้เส้นใยมีขนาดเล็กที่สุด เท่ากับ 19.53 เท็กซ์ ส่วนการใช้สารชนิดอื่นในการปรับสภาพผิวเส้นใยส่งผลให้ขนาดของเส้นใยมีความใกล้เคียงกันและไม่แตกต่างกันมาก

### ความแข็งแรงของเส้นใย

แสดงให้เห็นว่าชนิดของสารที่ใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์ส่งผลต่อความแข็งแรงของเส้นใย พบว่า การใช้เอนไซม์แพคตินเนส ปรับสภาพผิวเส้นใยป่านครนารายณ์จะทำให้เส้นใยมีความแข็งแรงมากที่สุด เท่ากับ 45.172 เซนตินิวตัน ต่อเท็กซ์ และการใช้สารละลายโซเดียมคาร์บอเนต จะทำให้เส้นใยมีความแข็งแรงน้อยที่สุด เท่ากับเมื่อเทียบกับสารชนิดอื่น

## ความแตกต่างของเส้นใย

แสดงให้เห็นว่าชนิดของสารที่ใช้ในการปรับสภาพผิวเส้นใยป่านขนารายณ์ส่งผลต่อความแข็งแรงต่างของเส้นใย พบว่าการใช้สารละลายโซเดียมคาร์บอเนต และเอนไซม์แพคตินเอสในการปรับสภาพผิวทำให้เส้นใยป่านขนารายณ์มีความแข็งแรงน้อยที่สุด โดยมีด้านการบิดตัวน้อยสามารถให้เกลียวได้ เท่ากับ 43 รอบ ส่วนการใช้เอนไซม์เซลลูเลส ทำให้เส้นใยมีความแข็งแรงมากที่สุด โดยมีด้านการบิดตัวน้อยสามารถให้เกลียวได้ เท่ากับ 37 รอบ

## ตอนที่ 2 ทดสอบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ป่านขนารายณ์ของหมู่บ้านสหกรณ์การเกษตรหูกะพง ด้านผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 397 คน จำแนกได้เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 เป็นผู้ที่มียุ 41 – 50 ปี ขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 มีรายได้เฉลี่ยเดือน เท่ากับ 50,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1

### พฤติกรรมการซื้อสินค้าป่านขนารายณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 397 คน จำแนกได้เป็นประเภทสินค้าที่ซื้อประจำมากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 มีความถี่ในการซื้อต่อปี 2-3 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

### ความคาดหวังต่อสินค้าป่านขนารายณ์

ตารางที่ 7 แสดงระดับความคาดหวังต่อสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านขนารายณ์ที่จะซื้อ

ความคาดหวังต่อสินค้าที่จะซื้อ	N	Mean	Std. Deviation	ระดับความคาดหวัง
<b>PRODUCT / ผลิตภัณฑ์ ( ค่าเฉลี่ยรวม = 3.64 )</b>				
เป็นสินค้าที่มีความคงทน	397	3.79	.944	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพที่ดี	397	3.66	1.018	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่มีความสวยงามของการออกแบบ	397	3.44	1.237	ระดับปานกลาง
เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยของแบบ	397	3.40	1.222	ระดับปานกลาง
เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ	397	3.99	1.033	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่นำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย	397	3.82	.984	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	397	3.54	1.266	ระดับมาก
ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าดี	397	3.47	.993	ระดับปานกลาง
เป็นสินค้าในพระบรมราชูปถัมภ์ องค์กรฯ	397	3.69	1.133	ระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (เท่ากับ3.64 ) ค่าเฉลี่ยรายข้ออยู่ในระดับมาก 6 รายการ ประกอบด้วย เป็นสินค้าที่มีความคงทน เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพที่ดี เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นสินค้าที่นำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย เป็นสินค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นสินค้าในพระบรมราชูปถัมภ์ องค์ราชินี อยู่ในระดับปานกลาง 3 รายการ ประกอบด้วยเป็นสินค้าที่มีความสวยงามของการออกแบบ เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยของแบบ และภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าดี

#### ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หลังการใช้สินค้าป่านศรนารายณ์ใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (เท่ากับ3.72 ) ค่าเฉลี่ยรายข้ออยู่ในระดับมาก ทุกรายการ ประกอบด้วย เป็นสินค้าที่มีความคงทน เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพที่ดี เป็นสินค้าที่มีความสวยงามของการออกแบบ เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยของแบบ เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นสินค้าในพระบรมราชูปถัมภ์ องค์ราชินี เป็นสินค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าดี และเป็นสินค้าที่นำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย

ตารางที่ 8 แสดงระดับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านศรนารายณ์เมื่อสินค้ามีการพัฒนาใหม่

ความพึงพอใจเมื่อสินค้ามีการพัฒนาใหม่	N	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
<b>PRODUCT / ผลิตภัณฑ์ ( ค่าเฉลี่ยรวม = 3.80 )</b>				
เป็นสินค้าที่มีความคงทน	397	3.86	1.182	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพที่ดี	397	3.94	1.079	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่มีความสวยงามของการออกแบบ	397	3.69	1.070	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยของแบบ	397	3.74	1.106	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ	397	3.97	.974	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่นำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย	397	4.03	.979	ระดับมาก
เป็นสินค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	397	3.77	1.153	ระดับมาก
ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าดี	397	3.55	1.008	ระดับมาก
เป็นสินค้าในพระบรมราชูปถัมภ์ องค์ราชินี	397	3.71	1.023	ระดับมาก

#### เปรียบเทียบความคาดหวังก่อนซื้อและความพึงพอใจหลังซื้อสินค้าใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังก่อนซื้อและความพึงพอใจหลังซื้อของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์แตกต่างกัน ในด้านคุณภาพของวัตถุดิบที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ความสวยงามของการออกแบบที่ทันสมัย การพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง เมื่อนำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย และภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของสินค้าที่ดี

ตารางที่ 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนซื้อและความพึงพอใจหลังซื้อสินค้าใหม่

	MD.	t	sig	ผลการเปรียบเทียบ
เป็นสินค้าที่มีความคงทน	0.23	4.83	0.00	แตกต่าง
เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพที่ดี	0.13	4.22	0.00	แตกต่าง
เป็นสินค้าที่มีความสวยงามของการออกแบบ	-0.42	-8.81	0.00	แตกต่าง
เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยของแบบ	-0.30	-7.91	0.00	แตกต่าง
เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ	-0.08	-2.77	0.01	แตกต่าง
เป็นสินค้าที่นำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย	-0.04	-1.84	0.07	ไม่แตกต่าง
เป็นสินค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	-0.16	-5.69	0.00	แตกต่าง
ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าดี	-0.09	-4.42	0.00	แตกต่าง
เป็นสินค้าในพระบรมราชูปถัมภ์ องค์ราชินี	-0.04	-1.34	0.18	ไม่แตกต่าง

## 5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

หลังจากที่ทีมวิจัยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปป่านศรนารายณ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความนุ่มของผิวสัมผัส ทำให้ระคายเคืองต่อผิวของผู้น้อยลง และเพิ่มความสามารถในการป้องกันน้ำของผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้วิจัยทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์มาก่อนเพื่อนำผลมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาต่อไปในอนาคต

### 5.1 สรุป อภิปรายผล

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนครั้งของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนครั้งของการซื้อสินค้าป่านศรนารายณ์ สอดคล้องกับ อาเรีย กองกาญจนาทิพย์ (2553) ศึกษาเรื่อง ทศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้ผ้าขาวม้าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าอายุและสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อและใช้ผ้าขาวม้า ด้านความถี่ในการใช้ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อต่อปี และด้านเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อแตกต่างกัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระดับการศึกษาที่ต่างกันที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อและใช้ผ้าขาวม้า ด้านความถี่ในการใช้ และ ด้านเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อแตกต่างกัน และ เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข (2552) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าฝ้าย ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าฝ้ายโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 2. ความคาดหวังก่อนซื้อและความพึงพอใจหลังซื้อของสินค้าใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพที่ดี มีความคงทน ความสวยงามของการออกแบบทันสมัย การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นำไปใช้แล้วมีความ ปลอดภัย ภาพลักษณ์

ชื่อเสียง ของสินค้าดี สอดคล้องกับ Kotler and Armstrong (2002) ที่ได้อธิบายถึงความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้วและมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการนั้นๆ ถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับตรงตามความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับมากกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น หรือสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับน้อยกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจน้อยลง ทั้งนี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้งาน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้และของตกแต่งที่มีประโยชน์ใช้สอยมาก เพราะตัวของวัสดุนั้น แสดงออกให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ชัดเจนแล้ว

## 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าที่มีความคงทน สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ที่มีคุณภาพที่ดี มีความสวยงามของการออกแบบมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเมื่อนำไปใช้แล้วมีความปลอดภัย จากการสังเกตพบว่าการออกแบบมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีแบบใหม่ๆ ออกมาเป็นประจำ ทำให้ผู้บริโภคอยากติดตามและมีความต้องการซื้อเพิ่ม และผู้บริโภคที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์บ้านครนารายณ์ถ้าไม่ให้อายุของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคจะไม่ให้ความสนใจ แต่เมื่อให้ข้อมูลและเปิดโอกาสได้สัมผัสพบว่าผู้บริโภคมีความชื่นชม และต้องการซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้คำแนะนำและเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์บ้านครนารายณ์ได้สัมผัสผลิตภัณฑ์ใหม่มากขึ้น

## 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิเคราะห์และประมวลผลงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นเพื่อการดำเนินการครั้งต่อไปดังนี้

1. การวิจัยครั้งต่อไปในส่วนของผู้ประกอบการ ควรมีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และควรเพิ่มการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคให้มากขึ้น
2. การวิจัยครั้งต่อไปในส่วนของภาครัฐ ควรมีการศึกษาช่องทางการกระจายสินค้าที่เข้มแข็ง เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะขยายตลาดด้วยตนเอง



## เอกสารอ้างอิง

- เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข. (2552) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าฝ้าย. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.13 (1) . 58-76.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์.(2548). การตลาดบริการ.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์.
- วีระศักดิ์ อุดมกิจเดชา.(2542) ไลโอเซลล์ Lyocell. วิทยาศาสตร์เส้นใย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมหมาย เปียถนอม. (2551). รายงานการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อารียา กองกาญจนาทิพย์ .(2553). ทักษะที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้ผ้าขาวม้าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling techniques**. Oxford, England: John Wiley.
- Kotler,P. & Armstrong G, P.(2003). **Marketing: An introduction** (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management: analysis, planning implementation and control**. (9th ed.) NewYork: McGraw Hill.