

บทคัดย่อภาษาไทย

แนวโน้มความต้องการตลาดใหม่ในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอไหมอิตาลี และมีการใช้ประโยชน์ดั้งเดิมที่หลากหลาย รวมถึงเป็นแนวทางในการลดปริมาณดักแด้ที่เพิ่มขึ้น การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาความต้องการใช้งานผลิตภัณฑ์สิ่งทอป้องกันแสงอัลตราไวโอเล็ต (Ultraviolet Protection Textiles) จากผ้าไหมอิตาลี 2) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพจากโปรตีนไหมอิตาลีสำหรับคนรักสุขภาพและควบคุมน้ำหนัก 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากไหมอิตาลีและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพจากโปรตีนไหมอิตาลี กลุ่มคนรักสุขภาพและควบคุมน้ำหนัก 4) ศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นจากโครงการย่อย จากการศึกษพบว่า จากความรู้และส่งเสริมด้านการรับซื้อรังไหมสด จึงทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนารูปแบบการผลิต รังไหมอิตาลีสดได้จำนวนมาก โดยพึ่งพิงไข่ไหมอิตาลีจากภาครัฐน้อยลง ทำให้การผลิตรังไหมอิตาลีสด เริ่มมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมากในบางจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่น

สำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) ควรเน้นที่ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่คงความมีมูลค่า Value / Identity ของไหมอิตาลี 2) การออกแบบเรียบง่าย ใส่สบาย แบบ Casual Wear 3) ดูแลรักษาง่าย 4) มีการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานและลวดลายที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าแต่ละกลุ่ม 5) การย้อมสีควรเป็นสีธรรมชาติที่มีเทคนิคการย้อมสม่ำเสมอจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ไหมอิตาลีเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติจึงควรจัดทำมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม 6) ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ ซึ่งอาจจะติดด้วยภาพลักษณ์ที่ว่า Spun silk ต้องมีราคาสูงกว่า Filament silk

สำหรับผลิตภัณฑ์สแน็คบาร์ธัญพืชผสมโปรตีนไหมอิตาลี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของรสชาติโดยรวมมากที่สุด ในระดับความชอบมาก รองลงมา คือ คุณลักษณะของกลิ่น ในระดับความชอบมาก ถัดมา คือ คุณลักษณะของรสหวาน ในระดับความชอบมาก คุณลักษณะของความชอบโดยรวม อยู่ในระดับความชอบปานกลาง สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ มาตรฐานรับรอง เช่น อย. และรสชาติของผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

จากการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ ร่วมกับการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และด้านต้นทุนการผลิต มีผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพียง 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ผ้าคลุมไหล่ และผ้าพันคอ ที่มีความเป็นไปได้ทางธุรกิจ และผลิตภัณฑ์สแน็คบาร์ธัญพืชผสมโปรตีนไหมอิตาลี สามารถประเมินได้ว่ามีความเป็นไปได้ทางธุรกิจเช่นกัน แต่ระดับความชอบรวมยังอยู่ในระดับชอบปานกลาง คุณลักษณะที่ควรพัฒนา คือ ด้านความกรอบและเนื้อสัมผัส ที่ยังได้คะแนนความชอบอยู่ในระดับปานกลาง

Abstract

Market trend of silk is continuously increasing every year. In order to add value to Eri silk textile product and expand utilization of Eri pupa, the objectives of this study aim to 1) investigating customer needs of ultraviolet protection textile products from Eri textile 2) studying customer needs of Eri protein health product for weight control and health 3) Buying factors of both ultraviolet protection textile products from Eri textile and Eri protein health product for weight control and health 4) primarily evaluating business feasibility of developed products in the project. The result showed that extension of knowledge in Eri farming made the farmer in some areas especially Khonkaen province producing more Eri cocoon and Eri egg and less relying on the government agencies.

For Eri textile products, product development should emphasis on 1) environmental aspect to create value/identity of Eri silk 2) casual wear design 3) easily taking care 4) Functional design matching to each group of customer 5) create value added by natural dyeing and natural standard 6) reasonable price with quality to compete filament silk

For Eri protein health product for weight control and health (Snack bar), customers pay attention to taste firstly in like very much level, smell secondly in like very much level, sweetness thirdly in like very much level and preference fourthly in like moderately level. For product acceptance factors, consumers pay attention to product hygiene and safety and certification or standard respectively.

From product acceptant test with others basic business feasibilities such as production technique, cost, 2 Eri textlile products, scarf and shawl, were accepted by customers and tend to feasibility in business. Developed snack bar also was accepted and might improve level of customer acceptance by adjusting texture and crispness.