



การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย บ้านต้นยาง ตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย

ธัญชนก สมใจ

สุภานิตย์ เสาร์จันทร์

สาวอรยา ศรีพรหม

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ดร.กัสมมา กาซ้อน

รองศาสตราจารย์ สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 7 กุมภาพันธ์ 2562

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 13 กุมภาพันธ์ 2562

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 5 เมษายน 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและลวดลายของผลิตภัณฑ์ ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย บ้านต้นยาง ตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มประชากรจังหวัดเชียงราย จำนวน 100 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ (2) ข้อมูลผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สินค้าแบบที่ 1 (ลวดลายธรรมดา เรียบง่าย) ไม่ซื้อ สินค้าแบบที่ 2 (ลวดลายที่พัฒนา) ซื้อ (3) ข้อมูลผลการวิเคราะห์พฤติกรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านลวดลาย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ลวดลายผ้ามีความชัดเจนและสวยงาม รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์ที่นำมาตกแต่ง มีความเหมาะสมและสวยงาม ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เนื้อผ้านุ่มสบายเมื่อสวมใส่ รองลงมา ได้แก่ รูปแบบของเสื้อผ้าเมืองทันสมัยด้านราคา พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเมืองมีความเหมาะสมกับราคา รองลงมา ได้แก่ มีการติดป้ายราคาของเสื้อผ้าเมืองชัดเจน

คำสำคัญ: การพัฒนา เสื้อผ้าเมือง ผ้าฝ้าย



The Development of Local Embroidered Shirts from Cotton Fabrics at Ban Ton Yang Village, Ngao Sub-District, Thoeng District, Chiang Rai Province

Thanchanok Somjai

Received: 7 February 2019

Supanit Saojan

Revised: 13 February 2019

Araya Sriprom

Accepted: 5 April 2019

Undergraduate Students,

School of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Dr.Kasama Kason

Associate Professor, School of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Abstract

This research has the objective to study the patterns and patterns of products study behavior and consumer satisfaction towards local clothing products embroidered from cotton, Baan Ton Yang, Ngao Sub-district, Thoeng District, Chiang Rai Province. The sample used for this study was the population of Chiang Rai Province of 100 people. The instrument used for this data collection was the statics questionnaire used in this analysis, the mean, standard deviation.

The results of the research were (1) the general background of the respondents. Respondents Most of them are female. Age between 31-40 years for government officials. (2) Behavior analysis results Respondents Most of the product type 1 (simple, simple pattern) we do not buy type 2 product (developed pattern) buy (3) The overall behavior analysis data was at a high level. When considering the pattern, it was found that the side with the highest average, ie the fabric pattern, was clear and beautiful, and followed by the appropriate and beautiful accessories. On the product side, it was found that the side with the highest average was fabric that was comfortable when worn. Followed by In terms of price, it was found that the side with the highest average, namely the traditional shirt product, was suitable for the price, followed by the price tag of the traditional shirt.

Keywords: the development, native shirts, cotton



บทนำ

รัฐบาลได้จัดการส่งเสริมปีท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านวิถีไทยเพื่อสร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ในด้านเอกลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นจากทุกภูมิภาค ของประเทศและปลูกฝังความภาคภูมิใจในความเป็นชาติ สู้ภัยท่องเที่ยวต่างประเทศและเพื่อให้เป็นต้นแบบ แก่เด็ก เยาวชน และประชาชน ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ฟื้นฟู สนับสนุน และสืบสานเอกลักษณ์ประจำชาติไทย พร้อมทั้งสืบสานการสวมใส่ใช้ผ้าไทยอย่างสม่ำเสมอในชีวิตประจำวันจึงได้มีการพิจารณารณรงค์แต่งกายผ้าไทย และส่งเสริมชุดไทยเป็น อัตลักษณ์ประจำชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมอนุรักษ์ฟื้นฟูสนับสนุนส่งเสริม และสืบสานเอกลักษณ์ ประจำชาติไทย และส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักในคุณค่าและรักวัฒนธรรมไทยตลอดจนมีส่วนร่วมอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมการแต่งกายด้วยผ้าไทยให้คงอยู่สืบไป

ศิลปะ หัตถกรรม งานฝีมืออย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแต่งกายมีมาตั้งแต่สมัยโบราณที่สืบทอดกันมาคือ ผ้าฝ้ายพื้นเมือง สำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการปลูกฝ้ายและปั่นทอทำเป็นเสื้อผ้ามาแต่โบราณหลักฐานเท่าที่จะอ้างอิงได้ คือ จากพุทธบัญญัติให้พระภิกษุใช้ผ้าเป็นเครื่องห่มครองได้ 6 ชนิด รวมทั้งผ้าฝ้ายด้วย โดยมีชื่อเป็น ภาษาบาลีว่า "กัปปาสิกพัตร" ซึ่งแสดงว่า เมื่อพุทธศาสนาเข้าสู่ประเทศไทยคนไทยรู้จักปลูกฝ้ายและทอผ้าแล้ว จากหลักฐานดังกล่าว จึงเป็นที่แน่ชัดว่า ถิ่นกำเนิดของฝ้าย คือ แถบทวีปอเมริกากลาง และทวีปเอเชียภาคใต้ การขยายตัวของฝ้าย ในระยะแรกที่ชาวยุโรปได้รู้จักฝ้ายนั้น ยังไม่เป็นที่นิยมนัก เพราะระยะนั้นชาวยุโรปรู้จักแต่ผ้าที่ทำด้วยขนสัตว์ และเส้นใยจากต้นป่านแฟลกซ์ (flax) ต่อมาในราวคริสต์ศตวรรษที่ 15-16 ซึ่งเป็นระยะที่ชาวยุโรปได้ตื่นตัว ในด้านวิทยาการต่างๆ ชาวยุโรปจึงได้นิยมใช้ผ้าฝ้าย สำหรับประเทศอังกฤษก็เช่นกันในสมัยก่อนโน้น ได้ใช้เครื่องนุ่งห่มที่ทำจากขนสัตว์ทั้งสิ้น จนกระทั่งปี ค.ศ. 1600 จึงได้มีการนำผ้าฝ้ายเข้าไปจำหน่ายและเป็นคู่แข่งชั้นของผ้าที่ทำจากขนสัตว์ ฝ้ายจึงเป็นวัสดุสำคัญทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในระยะหลังปี ค.ศ. 1700 ได้มีการคิดค้นเครื่องยนต์ไอน้ำขึ้น อุตสาหกรรมปั่นด้ายก็เกิดขึ้น เพราะก่อนหน้านี้การปั่นด้ายทำด้วยมือ ซึ่งเป็นเพียงอุตสาหกรรมในครัวเรือนเท่านั้น (อนัญญา เค้าโนนกอก, 2554)

ทุกวันนี้หลายคนมองหาอาชีพเสริม และต้องการสร้างรายได้ให้กับตนเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งการปักลายเสื้อพื้นเมืองก็เป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถหารายได้ได้เช่นกัน แต่ก็ต้องมีฝีมือทักษะในการปักออกมาให้สวยงาม และมีความแข็งแรงคงทนหลังจากนั้น เพื่อที่จะสามารถนำไปขายในรูปแบบออนไลน์หรือตามตลาดนัด ซึ่งก็แล้วแต่ความสะดวก ทุกวันนี้ได้รับความนิยมความสนใจมากในรูปแบบต่างๆ ยิ่งรูปแบบใหม่ๆก็ยิ่งทำให้มีความสนใจมากยิ่งขึ้น เพราะเดี๋ยวนี้แฟชั่นก็เป็นอีกความสนใจหนึ่งที่หลายคนสนใจ และมันสามารถนำแนวทางนี้มาทำเป็นรายได้ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ได้อีกด้วย



ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้มีความคิดที่จะพัฒนาตลาดขายผ้าฝ้ายพื้นเมืองกลุ่มเย็บผ้าบ้านต้นยาง ตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ซึ่งสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่มากที่สุด เพื่อให้เป็นแนวทางในการเพิ่มสร้างรายได้และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและตลาดขายของผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลาย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลาย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลาย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย บ้านต้นยาง ตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงรายได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

พัฒนาการ หมายถึงการเพิ่มพูนความสามารถ ของแต่ละคนอันทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น (Breckenridge and Vincent, 1968)

พัฒนาการ หมายถึงรูปแบบการเปลี่ยนแปลง เกี่ยวข้องกับเชิงคุณภาพ เป็นความเจริญก้าวหน้า อย่างเป็นขั้นเป็นตอน มากกว่าที่จะนำไปใช้เป็นการหมายของความเสื่อมถอย (Hurlock, 1972)

พัฒนาการในความหมายทั่วไป หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในทิศทางที่ดีขึ้นมีความเจริญ งามกงามการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือสตรี วัยทำงาน จึงถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคได้ (ภิรมย์ แก้วมณี, 2555) การนำเอาอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ผสมผสานความงามแห่งศิลปกรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์ ผลงานผนวกทักษะเชิงช่าง (จूरีวรรณ จันปลา, 2554)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการ หรือพฤติกรรมในการ ตัดสินใจซื้อ ใช้ และประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคล และกลุ่มบุคคล อันจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

Kotler and Armstrong (2000) พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ หรือแรงขับเคลื่อน เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ ของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการ ทางชีววิทยาเกิดขึ้นจากสภาวะตั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่างเป็นความ ต้องการทางจิตวิทยา เกิดจากความต้องการการยอมรับ การยกย่อง หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ความ



ต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด

สุรัชย์ ศรีณรงค์และคณะ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า สินค้าและบริการที่มีลูกค้าสั่งซื้อมากที่สุดคือ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ กระเป๋า และรองเท้า คิดเป็นร้อยละ 16 ตามด้วยมือถือและอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 13.3

วิธีการศึกษา

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในพื้นที่จังหวัดเชียงราย รวมทั้งสิ้น 100 คน คำนวณจากสูตรของ ทาโรยามาเน่ โดยประชากรที่ต้องการศึกษา กำหนดให้เป็น 100 คน จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ 80 คน

2. เครื่องมือในการศึกษา และขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการศึกษา

2.1 ศึกษารูปแบบและลวดลายของผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้ายจากอินเทอร์เน็ต ตำราต่าง ๆ และสอบถามผู้รู้

2.2 สร้างแบบสอบถามประชากรในพื้นที่จังหวัดเชียงรายผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประชากรในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อ เพศ อายุ และอาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้สอบถาม

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้จาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยที่ใช้แบบสอบถามประชากรในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ว่ามีพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย มากหรือน้อยแค่ไหน

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้ารูปแบบและลวดลายผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย จากหนังสือ ข้อมูลออนไลน์ และสอบถามผู้รู้

4. การจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล



ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของประชากรในพื้นที่ จังหวัดเชียงราย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ

ตอนที่ 2 ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปกลายจากผ้าฝ้าย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปกลาย จากผ้าฝ้าย วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปกลายจากผ้าฝ้าย จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามประชากรในพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่และวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เป็นการหาค่าระดับ ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เพื่อให้การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดไว้ 5 ระดับ และแปลความหมายดังนี้

ระดับ	ช่วงของค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
มากที่สุด	4.51 – 5.00	5
มาก	3.51 – 4.50	4
ปานกลาง	2.51 – 3.50	3
น้อย	1.51 – 2.50	2
น้อยที่สุด	1.00 – 1.50	1

โดยจะนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขาคณิตและแปลความหมายของระดับคะแนนยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลว่าความคิดเห็นในระดับนี้มากที่สุด
มาก	ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลว่าความคิดเห็นในระดับนี้มาก
ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลว่าความคิดเห็นในระดับนี้ปานกลาง
น้อย	ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลว่าความคิดเห็นในระดับนี้น้อย
น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลว่าความคิดเห็นในระดับนี้น้อยที่สุด



ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.00 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.00 ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 32.00 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 และอายุระหว่าง 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อาชีพแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 20.00 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.00 อาชีพรับจ้างอิสระ คิดเป็น ร้อยละ 15.00 อาชีพพนักงานประจำ คิดเป็นร้อยละ 14.00

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สินค้าแบบที่ 1 (ลวดลายธรรมดา เรียบง่าย) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และสินค้าแบบที่ 2 (ลวดลายที่พัฒนา) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา ได้แก่ ไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลาย จากผ้าฝ้าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ราคา คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบการดีไซน์ คิดเป็น ร้อยละ 34.00 และ สวมใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำผลิตภัณฑ์ ให้ผู้อื่นรู้จักและซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 97.00 และ ไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.00

3. ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านลวดลาย เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ลวดลายผ้ามีความชัดเจนและสวยงาม ($\bar{X}=4.30$) รองลงมา ได้แก่ ลวดลายผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.25$) ลวดลายของผลิตภัณฑ์มีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}=4.19$) และ อุปกรณ์ที่นำมาตกแต่ง มีความเหมาะสมและสวยงาม ($\bar{X}=3.90$) ความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เนื้อผ้านุ่มสบายเมื่อ สวมใส่ ($\bar{X}=4.60$) รองลงมา ได้แก่ รูปแบบของเสื้อพื้นเมืองทันสมัย ($\bar{X}=4.55$) รูปทรงมีความสวยงามและแข็งแรง ($\bar{X}=4.40$) และ เสื้อพื้นเมืองมีรูปแบบการเย็บขอบที่คงทน ($\bar{X}=4.20$) ความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านราคา เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสื้อพื้นเมืองมีขนาดความเหมาะสมกับราคา ($\bar{X}=4.55$) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดป้ายราคาของเสื้อพื้นเมืองชัดเจน ($\bar{X}=4.50$) และ ผลิตภัณฑ์มีราคาที่สามารถจับต้องได้ ($\bar{X}=3.90$)



อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

จากการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย กลุ่มเย็บผ้า บ้านต้นยาง ตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ได้มุ่งเน้นเป็น การออกแบบ แบบก้าวกระโดดหรือ มีความยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป แต่มีความประสงค์ เพื่อให้ชาวบ้านและคนในชุมชนผู้ที่ประกอบอาชีพ ทำงานหัตถกรรม ผ้าฝ้ายและแปรรูปผลิตภัณฑ์สามารถเข้าใจและทำการออกแบบ สร้างต้นแบบ ได้อย่างง่ายและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภิรมย์ แก้วมณี, 2555) แนวคิดในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือสตรี วัยทำงาน จึงถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ ที่สามารถพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคได้

2. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย กลุ่มเย็บผ้า บ้านต้นยาง ตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายได้สร้างเงื่อนไข ขอบเขตในการออกแบบเพื่อให้ชุมชนได้เข้าใจและตระหนักว่า ผ้าฝ้าย ไม่ว่าจะ เป็น ผ้าเก่าหรือลวดลายที่ล้าสมัยถ้าเพิ่มเติมคุณค่าองค์ความรู้จากแนวทางศิลปะ และการออกแบบ จะสามารถ เปลี่ยนแปลงรูปแบบ แนวทาง และวิธีคิดให้ก่อเกิด การต่อยอดและรังสรรค์ผลงานใหม่ๆได้เสมอ โดยได้นำเอาผ้าฝ้าย (ผ้าผืนหรือ ผ้าเมตร) ที่ไม่ได้รับความนิยมในปัจจุบันกลับมาใช้ประยุกต์ออกแบบ สร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มคุณค่าจากสิ่งเดิมที่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่า ของผลิตภัณฑ์ ให้อยู่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จรีวรรณ จันทลา, 2554)โดยมีการนำเอาอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ผสมผสานความงามแห่งศิลปกรรมท้องถิ่น มาใช้สร้างสรรค์ ผลงานผนวกทักษะเชิงช่าง

3. พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค สินค้าที่พบว่าลูกค้า สนใจมากที่สุด คือเสื้อแบบที่ 2 (ลวดลายที่พัฒนาแล้ว) มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 35.00 อาจเพราะเสื้อมีลวดลายที่สวยงาม และมีลวดลาย ที่สวยสะดุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุรัชย์ ศรีณรงค์ อาภาวรรณ เพชรเอง และ ศราณพงค์ สายประดิษฐ์, 2559) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าและของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า สินค้าและบริการ ที่มีลูกค้าสั่งซื้อมากที่สุดคือ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ กระเป๋าและรองเท้า คิดเป็นร้อยละ 16 ตามด้วยมือถือและอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 13.3



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย กลุ่มเย็บผ้า บ้านต้นยาง ตำบลหาง อำเภอกะทิง จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การปักลายเสื้อผ้าพื้นเมืองจากผ้าฝ้ายส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ลวดลายไม่มีความแปลกใหม่ ลวดลายไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ลวดลายไม่มีความโดดเด่น ลวดลายไม่มีความชัดเจน และผู้ปัก ไม่สามารถพัฒนาลวดลายที่แปลกใหม่ได้ ดังนั้น กลุ่มเย็บผ้าบ้านต้นยาง ศูนย์ฝึกอาชีพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มผู้ประกอบการต้องการสนับสนุน และมีการประยุกต์ปรับเปลี่ยนลวดลาย รูปทรงของผ้า ให้ดูทันสมัย

2. จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้ายส่วนใหญ่มีปัญหาที่สำคัญ คือ สินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด และรูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้ายไปสู่ช่องทางใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น งานแสดงสินค้าต่างๆ ในเขตเมือง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าพื้นเมืองปักลายจากผ้าฝ้าย กลุ่มเย็บผ้า บ้านต้นยาง ตำบลหาง อำเภอกะทิง จังหวัดเชียงราย ครั้งนี้เพื่อเป็นความรู้ในการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในครั้งต่อไป

1. ควรมีการสร้างเครือข่ายกลุ่มทอผ้าต่าง ๆ ในภาคเหนือ เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าหรือวัตถุดิบต่างๆ ซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมใหม่ ๆ อีกด้วย

2. ควรส่งเสริมเรื่องขององค์ความรู้การทอผ้าพื้นเมืองหลากหลายรูปแบบ เช่น ให้เข้าไปอยู่ในสถานศึกษา เป็นการเรียนรู้ในท้องถิ่นให้ชาวบ้าน ครู นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ เพื่อจะได้สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จิวรรณ จันพลา. (2554). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กระทรวงวัฒนธรรม: กรุงเทพฯ.



- ภิรมย์ แก้วมณี. (2555). การพัฒนาผ้าคลุมไหล่จากผ้าทอมือกะเหรี่ยง กรณีศึกษาหมู่บ้าน กะเหรี่ยง - ตะเพินคี หมู่ 5 ตำบลวังยาว อำเภอเด่นช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. ภาควิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุรัชชัย ศรีณรงค์ . (2259). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application. หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อนัญญา เค้านอนกอก. (2560 สิงหาคม 12). ผ้าฝ้ายย้อมโคลน. แหล่งที่มา <http://www.m-culture.in.th/album/115750/>
- Breakenridge, M.E.; & L.Vincent. (1968). **Child Development Physical and Psychological Growth Through Adolescence**. Philadelphia, W.B.: Saunders.
- Hurlock, E.B. (1968). **Development Psychology**. 3rded. New York: McGraw - Hill.
- Kotler, Philip. (2009). **Principles of Marketing**. New Jersey: Pearson Education.