



การพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้าในจังหวัดเชียงราย

พัทธสุดา ภารสว้าง

สิริธร คำมูล

เขมสิรา ปะละจันท์

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สำนักวิชาบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ดร.กัสม่า กาซ้อน

รองศาสตราจารย์ประจำสำนักวิชาบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 3 ตุลาคม 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 7 พฤศจิกายน 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 26 พฤศจิกายน 2565

บทคัดย่อ

การพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้าในจังหวัดเชียงราย ครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรทั่วไปในจังหวัดเชียงราย จำนวน 201 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.47$) เป็นการขายตามท้องตลาด ตลาดนัด ถนนคนเดิน รองลงมา ได้แก่ ด้านประโยชน์การใช้สอย ($\bar{X}=4.35$) สวมใส่สบาย สะดวกไม่ยุ่งยากต่อการสวมใส่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.31$) ผลิตภัณฑ์มีความประณีตของการออกแบบและตัดเย็บ และด้านราคา ($\bar{X}=4.08$) เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้ามีการระบุราคาผลิตภัณฑ์ไว้ชัดเจน

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ



Development and Design of Fashion Clothes from Loincloth in Chiang Rai.

Passuda Parasawang

Sireetorn Kammoon

Kemisara Phalachan

Undergraduate Students, School of Accounting,

Chiang Rai Rajabhat University

Dr.Kasama Kason

Associate Professor, School of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University.

Received: 3 October 2022

Revised: 7 November 2022

Accepted: 26 November 2022

Abstract

Development and design of fashion clothes from loincloth in Chiang Rai This time, the researcher has set three objectives: 1) to develop and design fashion clothes from the loincloth, and 2) to study the satisfaction of fashion clothes made from loincloth. The samples used in this research were the general population in Chiang Rai Province was 201 people. Data were collected by using a questionnaire. The statistics used to analyze the data are statistics, percentage, mean and standard deviation

The results showed that Most of the respondents were female. aged between 21-30 years old. The overall picture is at a high level ($\bar{X}=4.30$). When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average was the distribution technician. The highest average value ($\bar{X}=4.47$) was selling in the market, flea market, and walking street, followed by utility ($\bar{X}=4.35$), easy to wear, convenient, and not difficult to wear. In terms of product ($\bar{X}=4.31$), the product is exquisite in design and sewing, and in terms of price ($\bar{X}=4.08$), fashion clothes from pajama fabric have clearly stated product prices.

Keywords: Products Fashion Clothes from Loincloth, Product Development and Design, Satisfaction



บทนำ

ภูมิปัญญาเป็นสิ่งที่อยู่กับสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แต่อาจมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปตามสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งเหล่านี้กำลังจะทำให้ภูมิปัญญาที่เป็นองค์ความรู้ความเชื่อความสามารถของคนในท้องถิ่น ที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลา ยาวนาน ที่มีลักษณะเป็นองค์รวม และมีคุณค่าทางวัฒนธรรม เลือนหายไปจากสังคมไทยซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ว่าหากภูมิปัญญาเหล่านี้ถูกกลืนไปในสังคมแห่งทุนนิยม พื้นฐานความเข้าใจธรรมชาติ ที่มีมาแต่โบราณก็จะสูญไปตามกาลเวลา ภูมิปัญญาจึงมีความสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของ สังคมพื้นบ้าน ที่เป็นสังคมของการพึ่งพาซึ่งกันและกัน คนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสัตว์มีการพึ่งพิงความสามารถโดยใช้ความรู้จากประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมา เป็นความสามารถ และศักยภาพในเชิงการแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นต่อไป เพื่อการดำรงอยู่ ของเผ่าพันธุ์ อันสร้างให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมชาติ เผ่าพันธุ์หรือเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน สิ่ง เหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยพื้นฐานความเข้าใจที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวให้สังคมมีความเห็นพ้องในหลักการ ดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีภูมิปัญญาจึงเป็นกำลังสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของสังคม พื้นบ้านที่เป็นรากฐานการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่น ที่แฝงไปด้วยขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์อันเป็นสุนรียะที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์และแนวคิดแห่ง ภูมิปัญญา

ผ้าขาวม้า เป็นผ้าที่คนไทยทั่วไปรู้จักกันดีในการใช้งานที่ เรียกว่าสารพัดประโยชน์ที่คนไทยใช้ มาแต่โบราณ ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะเป็นเพศชายซึ่งโดยทั่วไปจะสามารถใช้นุ่งอาบน้ำ เช็ดตัว คลุมหัวกัน แดด ผ้าขาวม้ามักมีลักษณะเป็นผ้ารูปสี่ เหลี่ยมผืนผ้า ความกว้างประมาณ 2 ศอก ยาวประมาณ 3 – 4 ศอก เป็นผ้าสำหรับผู้ชายใช้นุ่งแบบลาลอง ความกว้างจึงเท่ากับระยะจากเอวถึงกลางหน้าแข้ง ผ้าขาวม้าโดยมากทอเป็นลายตารางเล็ก ๆ นิยมใช้เส้นด้ายหลายสี ผ้าขาวม้าในประเทศไทยมีชื่อ เรียกแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับท้องถิ่น ซึ่งคำว่าผ้าขาวม้า เป็นภาษาทางภาคกลาง ส่วนในภาคอีสานบาง แห่งเรียกว่าผ้าแพรว ซึ่งมักจะได้จากการทอด้วยเครื่องทอผ้าที่ เรียกว่า กี่ และจะทอเป็นขนาดยาว ประมาณ 20-30 เมตร ต่อการทอแต่ละครั้งแล้วจึงตัดแบ่งออกเป็นผืน ผืนละ 1 วา หรือ ประมาณ 1 เมตรครึ่ง ส่วนในเรื่องของสีและลวดลายของผ้าขาวม้าจะแตกต่างกันไปตามความนิยมของท้องถิ่นโดยทางภาคกลาง ผ้าขาวม้าจะมีลวดลายเป็นตารางสีก๊อตและภาคอีสานจะเป็นแบบตาเล็ก ๆ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของผ้าขาวม้า ซึ่งมีอยู่มากมายทุกภูมิภาคของประเทศไทยจึงมีแนวคิดนำผ้าขาวม้ามาทำเป็นเสื้อแฟชั่น ทำให้มีความน่าสนใจ มีประโยชน์การใช้สอยที่มากขึ้นและมูลค่าให้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าในจังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

สุกัญญา สีสาดเลา (2557) ความสำคัญของความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็น ตัวบ่งชี้ถึงความเจริญก้าวหน้าของงานบริการก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการ

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2562) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ การนำหลักการตลาดหลายรูปแบบมาใช้ร่วมกัน เนื่องจาก 4 หลักในการตลาดด้านบนนั้นอาจไม่สามารถทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ หากต้องการความสำเร็จควรที่จะมีการนำมาใช้ร่วมกันในหลายๆด้าน จึงเกิดแนวคิดในเรื่องของส่วนผสมทางการตลาด โดยเป็นการวางแผนนำเอาทั้ง 4 ส่วนมาใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสมและให้เกิดความลงตัวมากที่สุด

ศรันยนันท์ ศรีจงใจ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโดยระหว่าง 20 - 24 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานจ้างบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,999 บาทขึ้นไป ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยผู้บริโภคได้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านราคาตามลำดับ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน ความไว้วางใจภาพรวมอยู่ในระดับไว้วางใจมาก โดยรายงานที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการ สื่อสาร การเอาใจใส่ ตามลำดับผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ภาพรวมอยู่ในระดับแน่นอน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ



ความคิดเห็นที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ท่านจะเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านรับชมทางเพชบุรีไลฟ์เมื่อมีความต้องการที่จะซื้อในอนาคต

รัตนธรา มีพร้อมและอดิเทพ สุรพงษ์พิพัฒน์ (2560) ได้วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อเสื้อคลุมสตรีแบบจากผ้าขาม้าการณศึกษาการต่อเลโก้พบว่าเสื้อคลุมสตรีต้นแบบจากผ้าขาม้าการณศึกษาการต่อเลโก้แบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.1 เสื้อคลุมสตรีต้นแบบจากผ้าขาม้าการณศึกษาการต่อเลโก้แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.8 เสื้อคลุมสตรีต้นแบบจากผ้าขาม้าการณศึกษาการต่อเลโก้แบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.4 เสื้อคลุมสตรีแบบจากผ้าขาม้าการณศึกษาการต่อเลโก้แบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ย 4.3 เสื้อคลุมสตรีต้นแบบจากผ้าขาม้าการณศึกษาการต่อเลโก้แบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ย 4.2 ซึ่งพบว่าทุกแบบได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ดวงมณี สูงสันเขต (2560) ได้ทำการศึกษา การนำเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทางภูมิปัญญาของชนเผ่าอาข่ามาต่อยอดภูมิปัญญา โดยการนำภูมิปัญญาในด้านการปักผ้าจากเครื่องแต่งกายของชนเผ่าอาข่ามาสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะอาหารที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการศึกษากับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชนเผ่าอาข่าจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลงานการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 3 ชุด ประกอบด้วย 1) ชุดแจกัน,เชิงเทียน,กล่องกระดาษทิชชู 2) ชุดผ้าเก็บอุปกรณ์ของใช้บนโต๊ะอาหาร 3) ชุด ผ้าปูโต๊ะ, ผ้ารอง จาน, ผ้ารองแก้ว โดยผลความพึงพอใจภาพรวมที่ได้จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

จันท์ทปภาส ธนประดิษฐ์กุล (2560) ศึกษาความพึงพอใจผลต่อส่วนประสมทางการตลาดของผ้าขาม้า ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งมีด้านผลิตภัณฑ์มีลวดลายหลากหลายและทันสมัย โดยรวมอยู่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านราคา พบว่า ด้านป้ายราคาทำให้บริการบอกที่ชัดเจน มีความเหมาะสมของราคาขาย และมีการให้ส่วนลดกับลูกค้าที่เป็นสมาชิก โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ด้านที่มีการสินค้าจัดแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ง่ายต่อการเลือก โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์มีลวดลายหลากหลายสวยงามและทันสมัย ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ความทนทานของผลิตภัณฑ์ใช้ได้ยาวนาน มีการพัฒนาการออกแบบลวดลาย และรูปแบบที่แตกต่างจากผ้าขาม้าในรูปแบบเดิมๆ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพของผ้าขาม้าที่มีความทนทานและมีอายุการใช้งานได้ยาวนานตามความเหมาะสมเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

เจษฎาภรณ์ ศรศรีเกิด (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการลดแลกแจกแถม และ

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย และสถานที่ ที่สะดวกต่อการซื้อ

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชากรจังหวัดเชียงราย จำนวน 201 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ กลุ่มประชากรในจังหวัดเชียงรายจำนวน 201 ราย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ในการศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามความพึงพอใจ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ (ปี) ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ(Checklist) ได้แก่ ถ้าท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า รูปแบบที่ 1 ราคา 299 บาท ท่านมีความต้องการซื้อระดับเท่าใด และ ถ้าท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า รูปแบบที่ 2 ราคา 299 บาท ท่านมีความต้องการซื้อระดับเท่าใด

ตอนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านประโยชน์การใช้สอย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ได้จาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรจังหวัดเชียงราย จำนวน 201 ราย ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป การประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อจากผ้าขาม้า

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารรายงาน บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากข้อมูลออนไลน์

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามครบแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยประมวลผลหาค่าทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 แนวโน้มในการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติและร้อยละจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า

ตอนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาม้า

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้เกณฑ์วัดได้ 5 ระดับ และแปลความหมายดังนี้ (นภารัตน์ ห่อทอง, 2556)

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

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เป็นความคิดเห็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของผู้ทำการวิจัยว่าผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพเพียงพอในการใช้งานหรือควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

1. ศึกษารูปแบบของเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าเพื่อให้ได้รูปแบบที่สวยงาม ทันสมัยและนำมาทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

2. ศึกษารูปแบบเสื้อที่เหมาะสมกับพื้นที่ในการใช้งาน เพื่อนำมาใส่ในผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

3. ศึกษาวิธีการตัดเย็บรูปแบบของเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

4. คณะผู้ทำการวิจัยนำผ้าขาวม้ามาทำตามรูปแบบที่ออกแบบไว้ โดยเริ่มจากตัดผ้าขาวม้าตามแพทเทิร์นที่ออกแบบไว้แล้วทำการเย็บต่อกัน ให้ได้ตามรูปแบบที่ออกแบบไว้

5. นำผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าไปให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามและประเมินความพึงพอใจ ช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

6. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ประเมินและสรุปแบบสอบถามความพึงพอใจ ช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า ตำบลป่าซาง อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 86.60 และเพศเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 13.40 ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.90 และอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.90 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็น ร้อยละ 18.40 และศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.คิดเป็นร้อยละ 15.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ



15.90 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14.40 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.30 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 18.90 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.90

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มในการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการซื้อเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการซื้อในราคา 299 บาท อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.80 รองลงมาอยู่ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.90 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.40

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการซื้อในราคา 299 บาท อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมาอยู่ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.40 และอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.40

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการซื้อเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.20 รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 46.80 และอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการเลือกซื้อเสื้อแฟชั่นเพราะสีสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 62.70 รองลงมาที่มีรูปแบบที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 57.70 และราคาสามารถจับต้องได้ คิดเป็นร้อยละ 46.80

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

ความพึงพอใจการพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.47$) รองลงมา ได้แก่ ด้านประโยชน์การใช้สอย ($\bar{X}=4.35$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.31$) และด้านราคา ($\bar{X}=4.08$) ตามลำดับ

แบบสอบถามแยกเป็นระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความประณีตของการออกแบบและตัดเย็บ ($\bar{X}=4.35$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เสื้อมีรูปแบบที่ทันสมัย ($\bar{X}=4.34$) อยู่ในระดับมาก และเลือกใช้วัสดุทำให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบเสื้อ ($\bar{X}=4.32$) อยู่ในระดับมาก

ในแบบสอบถามแยกเป็นระดับความพึงพอใจด้านราคา ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เสื้อจากผ้าขาวม้ามีการระบุราคาไว้ชัดเจน ($\bar{X}=4.26$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การตั้งราคามีความสนใจให้ตัดสินใจ

ชื่อผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.15$) อยู่ในระดับมาก และเสื้อจากผ้าขาวม้ามีราคาที่เหมาะสมไม่สูงจนเกินไป ($\bar{X}=4.05$) อยู่ในระดับมาก

แบบสอบถามแยกเป็นระดับความพึงพอใจด้านประโยชน์การใช้สอย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สวมใส่สบายสะดวกไม่ยุ่งยากต่อการสวมใส่ ($\bar{X}=4.40$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถสวมใส่ตามเทศกาลต่างๆได้ ($\bar{X}=4.33$) อยู่ในระดับมาก และ เสื้อแฟชั่นมีความเหมาะสมในการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ($\bar{X}=4.32$) อยู่ในระดับมาก

แบบสอบถามในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือขายตามท้องตลาด เช่น ตลาดนัด ถนนคนเดิน เป็นต้น ($\bar{X}=4.63$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีการจัดจำหน่ายออนไลน์ทางเพจ Facebook ($\bar{X}=4.47$) อยู่ในระดับมาก และมีการจัดจำหน่ายออนไลน์ทางเพจ Instagram ($\bar{X}=4.46$) อยู่ในระดับมาก

ผลสรุปจากข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้าให้ข้อคิดเห็นว่

1. ในด้านผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มลวดลายและรูปแบบเสื้อที่หลากหลายขึ้นมีความคิดสร้างสรรค์ประยุกต์ผ้าขาวม้าให้เกิดประโยชน์
2. ในด้านราคา ราคาค่อนข้างสูง-สูงมาก ควรปรับราคาลงมาเล็กน้อย เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า

จากเสื้อแฟชั่นธรรมดาแบบเดิมที่วางขายตามท้องตลาดพัฒนามาเป็นเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า เพื่อให้มีความแปลกใหม่ สามารถปรับเปลี่ยนจากรูปแบบเดิม สามารถเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า มีรูปแบบที่ทันสมัย น่ารัก สวยงาม เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

1. จากการพัฒนาและออกเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ศรีนันทน์ ศรีจิงใจ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย



ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคได้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับตามช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลผลิตภัณฑ์และด้านราคาตามลำดับ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไว้วางใจภาพรวมอยู่ในระดับไว้วางใจมากโดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านการสื่อสารการเอาใจใส่ตามลำดับผู้บริโภค

2. ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้ามีความประณีตของการออกแบบและตัดเย็บ องค์ประกอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมสวยงาม มีความน่าสนใจและมีความทันสมัยซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันท์ทปภาส ธนประดิษฐ์กุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับกลุ่มผ้าขาวม้าเพื่อการผลิตคลองขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีลวดลายหลากหลายสวยงามและทันสมัย ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด ความทนทานของผลิตภัณฑ์ใช้ได้ยาวนาน มีการพัฒนาการออกแบบลวดลาย และ รูปแบบที่แตกต่างจากผ้าขาวม้าในรูปแบบเดิม ๆ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพของผ้าขาวม้าที่มีความทนทาน และมีอายุการใช้งานได้ยาวนานตามความเหมาะสมเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

3. ความพึงพอใจด้านราคา พบว่า เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้ามีการระบุราคาไว้ชัดเจน มีราคาขายเหมาะสม สอดคล้องกับพิณิชา กิจเกษมพงศา (2559) กล่าวว่า ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ควรมีราคาขายเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต และกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดนั้น โดยอาศัยการศึกษาข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภค ให้ได้ข้อมูลก่อนทำการออกแบบและผลิต.

4. ความพึงพอใจด้านประโยชน์การใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์สวมใส่สบาย สะดวก ไม่ยุ่งยาก สามารถสวมใส่ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ได้และเหมาะสมในการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค (2559) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อการส่งออก พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าฝ้าย มุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักสามารถใช้ประโยชน์ได้หลายด้านไม่ว่าจะเป็นเครื่องนุ่งห่มและของใช้ในชีวิตประจำวัน แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังเน้นแบบดั้งเดิมและรูปแบบใหม่ผสมผสานกัน คือ แบบเรียบง่าย และรูปแบบที่มีแนวคิดทางด้านศิลปะ แต่ยังคงสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมดั้งเดิม

5. ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า การจัดจำหน่ายตามท้องตลาด เช่น ตลาดนัด ถนนคนเดินและการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ ซึ่งสามารถทำให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ เจษฎาภรณ์ ศรศรีเกิด (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดช่องทางการจัด

จำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย คือ มีช่องทางการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลาย และความสะดวกในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า คณะผู้ทำการวิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

1. จากผลการวิจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า มีความพึงพอใจในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงผู้บริโภคมีความสนใจ ดังนั้นผู้ประกอบการผู้ออกแบบและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถนำเอาผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดทางธุรกิจได้

2. จากผลการวิจัยด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านราคาที่เหมาะสมและไม่สูงจนเกินไป มีการระบุราคาไว้ชัดเจน ผู้ประกอบการและร้านค้า อาจจะมีการนำผลวิจัยด้านการระบุหรือกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับสินค้า

3. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านประโยชน์การใช้สอยที่เหมาะสมในการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ง่าย สะดวกไม่ยุ่งยาก ดังนั้น นักออกแบบและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนา

4. จากผลการวิจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการขายตามท้องตลาด เช่น ตลาดนัด ถนนคนเดิน และการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการและร้านค้าต่าง ๆ สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาและออกแบบเสื้อแฟชั่นจากผ้าขาวม้า คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะของการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

1. จากการศึกษาในครั้งนี้ได้พัฒนาเป็นเสื้อเพียงอย่างเดียว ในการศึกษาและพัฒนาครั้งถัดไป อาจศึกษาลวดลาย และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่จากผ้าขาวม้าในลักษณะของการใช้ประโยชน์อย่างอื่น เช่น กระเป๋า กางเกง หมวก เป็นต้น

2. จากผลการศึกษา พบว่า การกำหนดราคาค่อนข้างสูง ในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาการลดต้นทุนในการผลิต เพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำ



เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2559). การศึกษาและพัฒนาการนำผ้าฝ้ายทอมือ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:กลุ่มหมู่บ้าน ผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัด ลำพูน1.วารสารศิลปกรรมสาร.11(1).13-51
- เกียรติพงษ์ อุดมชนะธีระ. (2563 เมษายน 10). วงจรการพัฒนาระบบ. แหล่งที่มา: <https://dol.dip.go.th/th/category/2019-02-08-08-57-30/2019-03-15-11-06-29>.
- ดวงมณี สูงสันเขต. (2560). การศึกษาชนเผ่าอาข่าเพื่อออกแบบชุดผลิตภัณฑ์ตกแต่งบนโต๊ะอาหาร. ค้นคว้าอิสระ. สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์. ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์. บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- เจษฎาภรณ์ ศรศรีเกิด. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดียของ นักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะ เศรษฐศาสตร์
- จันทน์ทาสี ธนประดิษฐ์กุล. (2560). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทาง การตลาด สำหรับกลุ่มพ่อค้าชาวมาเพื่อการผลิต บ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- พินิจา กิจเกษมพงศา. (2559). คุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา ความพึงพอใจ คุณค่าด้าน สุขภาพ และทัศนคติต่ออาหาร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ (บธ.ม.). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- รัตนเรขา มีพร้อม และอดิเทพ สุรพงษ์พัฒน์. (2560). การออกแบบเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้าด้วย เทคนิคการปรับแบบตัด. สาขาวิชาสิ่งทอและการออกแบบ. คณะเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- ศรัณยนันท์ ศรีจริงใจ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางการ ถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุกัญญา สีลาดเลา. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วน ตำบลหนองแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. สารนิพนธ์สาขารัฐศาสตร์การปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม