

การพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ดร.อัญชลี เท่งตระกูล
นักวิจัยอิสระ

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 6 มิถุนายน 2566
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 19 มิถุนายน 2566
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 มิถุนายน 2566

ดร.พัทธมน บุญยราศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

นิศารัตน์ ไชยวงศ์ศักดิ์

อาจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ศรายุทธ สาคู

นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประเมินการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ และศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอในจังหวัดเชียงราย เก็บข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 คนและเก็บข้อมูลผลการประเมินนำมา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า การประเมินผลการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.63$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความงามทางศิลปะ ($\bar{X}=4.62$) รองลงมา ได้แก่ ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.61$) และด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ ($\bar{X}=4.60$) ความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.61$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.65$) รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X}=4.61$) และด้านราคา ($\bar{X}=4.56$)

คำสำคัญ: การพัฒนาและออกแบบ ความพึงพอใจ ชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ



Development and Design of Woven Fashion Garments of the Tai Lue Ethnic Group Chiang Khong District, Chiang Rai Province

Dr. Anchalee Tengtragul

Indipendent Researcher

Received: 6 June 2023

Revised: 19 June 2023

Accepted: 25 June 2023

Phathamorn Boonyarasai

Assistant Professor, Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Nisarath Chaiwongsakda

Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Sarayoot Sakorn

Undergraduate Students, Faculty of Accounting, Chaing Rai Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study was to evaluate the development and design of Tai Lue woven fashion dress. and to study the satisfaction towards the Tai Lue woven fashion dress. by studying the sample group Consumers interested in woven products in Chiang Rai The satisfaction data was collected using an online questionnaire of 400 people and the evaluation results were collected. Data were analyzed by descriptive statistics, i.e., percentage, mean and standard deviation. The results showed that Most of the respondents were LGBTQ+, aged between 21-30years, mostly students/students. Studying at an associate's degree or equivalent The overall evaluation of the development and design of Tai Lue woven fashion garments was at the highest level ($\bar{X}=4.63$). When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average was artistic beauty ($\bar{X}=4.62$) followed by role models and culture ($\bar{X}=4.61$) and in terms of material and economic properties ($\bar{X}=4.60$) Satisfaction with Tai Lue fashion dress Overall, it was at the highest level ($\bar{X}=4.61$) When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average was the product aspect ($\bar{X}=4.65$) followed by the distribution channel marketing promotion ($\bar{X}=4.61$) and price ($\bar{X}=4.56$)

Keywords: Development and Design, Satisfaction, Thai Lue Woven Fabric Fashion Dress

บทนำ

ภูมิปัญญา เป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่มาตั้งแต่อดีตและเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิตการทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ คือความสามารถที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดมาให้เรามีวิธีการหลายอย่างที่ทำความรู้เหล่านี้เกิดประโยชน์แก่สังคมปัจจุบัน คือการอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์และการสร้างใหม่ (สุริยวัธ เสมอใจ 2557)

ผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าทอไทลื้อเป็นผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทลื้อ ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ที่ได้อพยพมาจากดินแดนสิบสองปันนาได้อพยพโยกย้ายถิ่นฐานหลายครั้ง ในประเทศไทย ชาวไทลื้อได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเขตจังหวัดเชียงราย พะเยา เชียงใหม่ ลำพูน แพร่ น่าน และลำปาง โดยการนำเอาเมล็ดฝ้ายติดตัวมาด้วย เมื่อปักหลักตั้งรกรากที่ใดก็จะปลูกต้นฝ้าย เพื่อนำดอกฝ้ายผลิตเป็นเส้นด้าย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทอผ้าเดิมที่ทุกคนครอบครัวย่อมเป็นเครื่องนุ่งห่มและนำมาประดิษฐ์เป็นของใช้อื่น ๆ เพื่อใช้กันเอง ผ้าทอไทลื้อเป็นผ้าทอที่มีลวดลายอ่อนไหวเห็นได้จากการนำเอาความเป็นธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมในชุมชนมาจินตนาการเป็นลวดลายต่าง ๆ เช่น เห็นปลากำลังว่ายน้ำอยู่กันแม่น้ำ ก็นำมาจินตนาการลวดลายเกาะแห่หางปลาหรือสายน้ำไหล โดยมีตำนานอ้างเป็นคำขบลิ้อ ที่ร้องให้ลูกได้ฟัง และทำให้เกิดความรัก ความผูกพันในผ้าทอสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ที่พยายามถ่ายทอดส่งสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ที่ต้องการให้ลูกหลานได้ช่วยกันอนุรักษ์ผ้าทอและลวดลายต่างๆ ไว้ไม่ให้สูญหาย

กลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านหาดบ้าย ตั้งอยู่ในหมู่บ้านของชาวไทลื้อที่มีชนบทรอบล้อมประเพณีอันงดงามน่าสนใจ โดยเฉพาะฝีมือการทอผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงจากอำเภอเชียงของ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเสริมในการทอผ้าไทลื้อ ซึ่งมีทักษะความสามารถด้านภูมิปัญญาการทอผ้า ซึ่งเป็นผ้าทอมือลวดลายไทยลื้อ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผ้าชิ้นเป็นสีหม้อฮ่อม เป็นลายริ้วและมีการกลายอย่างงดงาม มีเอกลักษณ์การทอผ้าคือ การทอผ้าด้วยเทคนิค เกาะหรือล้วง (Tapestry Weaving) หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า “ลายน้ำไหล” ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความยุ่งยากซับซ้อน แต่ทำให้เกิดลวดลายและสีสันที่งดงามแปลกตา และเป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างจากผ้าชิ้นของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามผ้าทอที่ทางกลุ่มผลิตออกมานั้นเป็นผ้าทอที่รูปแบบเดิมคือผ้าชิ้น สีนํ้าจึงไม่มีความหลากหลาย ไม่มีทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า และไม่ทันสมัยในปัจจุบัน

ด้วยเหตุผลนี้ผู้ทำวิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และเพื่อเป็นการอนุรักษ์ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อไม่ให้สูญหาย โดยมีแนวคิดที่จะนำผ้าทอไทลื้อที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาให้เป็นชุดเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยมากขึ้น ด้วยแนวทางดังนี้ 1) สีนํ้าใหม่ที่ปรับปรุงจากสีนํ้าดั้งเดิม เป็นการนำสีนํ้าเดิมของเราที่มีมาปรับปรุงพัฒนารูปทรงหน้าตาเสียใหม่รสชาติใหม่ กลิ่นใหม่ รูปแบบใหม่ แพ็คเคจใหม่หรือแม้กระทั่งรูปทรงใหม่ ฯลฯ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและแตกต่างจากเดิมที่ลูกค้ารู้สึกจำเจและคุ้นเคยมาเป็นเวลานาน อันจะเป็นการเปิดช่องทางให้กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ หันมาสนใจสีนํ้าของเราอีกทางหนึ่งด้วย 2) ใส่ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ลงไปในสีนํ้าเดิม และ 3) ปรับให้มีสไตล์ใหม่ๆ ต้องพัฒนา



สินค้าและผลิตภัณฑ์ของเราให้ดูดีมีสไตล์ดูทันสมัยสอดคล้องกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดจนสอดคล้องกับ
เทรนด์ของคนรุ่นใหม่ในแต่ละยุคสมัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัด
เชียงราย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ
อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบ

ฐปนัท แก้วปาน และคณะ (2563) กล่าวว่า หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็น
การรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ทั้งทางด้านศิลปะ วิศวกรรมศาสตร์ การวิเคราะห์
พฤติกรรมด้านการตลาด และผลกระทบโดยรวมตั้งแต่การคิด การผลิต จาหน่าย การใช้และเสื่อมสลาย
ในท้ายที่สุด จนมีผู้รวบรวมเป็นหลักการได้แก่ 1.หน้าที่ใช้สอย (Function) 2.ความงาม (Aesthetics)
3.ความสะดวกในการใช้(Ergonomics) 4.ความปลอดภัย (Safety) 5.โครงสร้าง (Construction)
6.ราคา (Cost) 7.วัสดุ (Materials) 8.กรรมวิธีการผลิต (Production) 9.การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of
maintenance) 10.การขนส่ง (Transportation) ซึ่งทั้งหมดนี้รวมอยู่ในกระบวนการออกแบบที่มีระบบ
และกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เชลลี (Shelli, 1995 อ้างถึงใน ไพธิชิล เจ๊ะอาแซ, 2562) ได้ศึกษาแนวคิด เกี่ยวกับความพึงพอใจ
สรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและ ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึก
ในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบ ย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้
เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน
และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่า ความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก
และความสุขมีความสัมพันธ์กัน อย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า
ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่า
ความรู้สึกทางลบ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาด มาใช้ในการประเมินความพึงพอใจ

ส่วนประสมทางการตลาด

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2565) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาด 4Ps เกิดจากหลักแนวคิดที่ว่า ก่อนที่
จะมาทำธุรกิจหรือการตลาด ควรที่จะต้องมีความสนใจให้ความสำคัญในการกำหนดหัวเรื่องสำคัญ ที่ธุรกิจ
ควรนำมาพิจารณาถึงความพร้อมและใช้เป็นแนวก่อนเริ่มดำเนินการทางธุรกิจ โดยได้ใช้ P ซึ่งเป็นตัวหน้า
ของเรื่องที่สนใจคือ Product (สินค้า) Price (ราคา) Promotion (การส่งเสริมการขาย) และ Place
(ช่องทางจัดจำหน่าย) กลยุทธ์การตลาด 4Ps เป็นพื้นฐานใช้ที่ทุกธุรกิจต้องเจอ โมเดลนี้จะนำไปสู่การ

วิเคราะห์เพื่อให้การการตลาดและผู้บริหาร สามารถใช้ประกอบเพื่อแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการตลาดของตัวเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐนันท์ แก้วปาน และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์แนวความคิดการออกแบบ หัตถอุตสาหกรรม (Industrial-Craft) เน้นความเรียบง่ายและวัตถุประสงค์หลักของการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ยังคงเป็นสิ่งพื้นฐานที่สุดที่จะถูกนำมาปรับใช้ตั้งแต่ อดีตจนถึงปัจจุบัน

ทัศนีย์ บัวระภา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผ้าไหมมัดหมี่ จังหวัดมหาสารคาม พบว่าการออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผ้าไหมมัดหมี่ จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์ของผ้าไหมมัดหมี่บ้านหินลาด ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ผ้าไหมมัดหมี่คัน ลายปักพริกและลายปักเชือกที่สะท้อนให้เห็นภูมิวัฒนธรรมของหมู่บ้าน 2) รูปแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผ้าไหมมัดหมี่ มี 5 รูปแบบ ได้แก่ กระเป๋าสะพาย (เป้) กระเป๋าถือสุภาพสตรีทรง Birkin กระเป๋าจ่ายตลาด(ทรง tote) กระเป๋าใส่เครื่องสำอาง และกระเป๋าถือสุภาพสตรีทรง Coach

ศรียุญา อารยะจารุ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทของใช้จากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน กลุ่มทอผ้าลายโบราณบ้านทัพคล้าย จังหวัดอุทัยธานี จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน และกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์พบว่าทางกลุ่มมีความยั่งยืน ในด้านการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติและกรรมวิธีการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความยั่งยืนในด้านวัฒนธรรมที่สืบทอดถึงปัจจุบัน

Mungpattanasunthon Sukamon (2019) พบความหลากหลายของลวดลายผ้าที่มีอยู่ในวัฒนธรรมผ้าทอมือไทลื้อ ตั้งแต่ลายผกหวานที่เป็นที่รู้จักไปจนถึงลายเกาะที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก ผ้าธรรมชาติ และผ้าที่มีดีไซน์โบราณมีราคาสูงกว่าผ้าใยสังเคราะห์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในสิบสองปันนา ทางตอนใต้ของจีน กลุ่มผ้าทอมือต้องอาศัยกระบวนการค้าดิจิทัลเป็นอย่างมาก หลังจากทริบ์ทุ่มหมอกกับไกด์นำเที่ยวครั้งแรก ลูกค้าของสิบสองปันนาก็ติดต่อกลุ่มผ่านโซเชียลมีเดียผ่านแอปพลิเคชันไลน์แชต

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอในจังหวัดเชียงราย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ประชากรในจังหวัดเชียงราย มีจำนวน 1,299,636 (สำนักบริหารการทะเบียน, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอในจังหวัดเชียงราย โดยคำนวณจากกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ ทาโร ยามาเนะ (1970) ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้โดยกำหนดให้เป็น 0.05 โดยผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อที่ต้องการศึกษาจำนวน 400 ราย



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาการพัฒนาและออกแบบชุดแพชชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำวิจัยจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ เอกสาร บทความ หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แหล่งข้อมูลประเภทนี้ใช้ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญการเกี่ยวกับการเกี่ยวกับการทอผ้าไทลื้อ มีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญ และผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบเครื่องแต่งกาย การออกแบบสิ่งทอ อาจารย์และผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้แบ่งการจัดทำและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ชุดแพชชั่นผ้าทอไทลื้อแบ่งออกเป็น 3 ตอน และในแต่ละตอนใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ชุดแพชชั่นผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ (ปี) ระดับ การศึกษา อาชีพ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 การประเมินการพัฒนาและการออกแบบเครื่องแต่งกายชุดแพชชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือที่ 2 แบบประเมินการพัฒนาและออกแบบชุดแพชชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประโยชน์การใช้สอย ด้านความงามทางศิลปะ ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ และด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งแต่ละระดับมีตั้งแต่คะแนนมากที่สุด คือ 5 ถึงค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1

ตอนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดแพชชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือที่ 3 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดแพชชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งแต่ละระดับมีตั้งแต่คะแนนมากที่สุด คือ 5 ถึงค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดก็แบ่งกล้วย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
2. จัดทำแบบสอบถาม โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย เพื่อพิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสม และนำมาปรับปรุงแก้ไขพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำ
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหา นำเนื้อหาแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC)

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงตามคำแนะนำ ไปทดลองใช้กับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 30 คน

6. นำแบบสอบถามที่ได้ตอบรับจากประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือเพราะค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.70 ผู้วิจัยจึงนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

7. นำผลที่ได้รับจากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไข และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาและออกแบบชุดแพชชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อ พัฒนาและออกแบบชุดแพชชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ประชากรตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ชุดแพชชั่นผ้าทอไทลื้อ 400 ราย เพื่อสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาและต่อยอดผ้าทอไทลื้อให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อขอทราบข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลวดลายผ้าทอไทลื้อและเทคนิคการออกแบบชุดแพชชั่นจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์เอกสารรายงาน บทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามครบแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยประมวลผลหาค่าทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. แบบสอบถามความพึงพอใจ

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบของตาราง

ตอนที่ 2 การประเมินการพัฒนาและการออกแบบเครื่องแต่งกายชุดแพชชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดได้ 5 ระดับ



ตอนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดได้ 5 ระดับ

การพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ

การพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ เป็นการพัฒนาและยกระดับผ้าทอไทลื้อที่เป็นผ้าประจำกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อซึ่งมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของลายผ้า โดยนำมาตัดเย็บให้เป็นชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องแต่งกายที่ทันสมัย สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าทอไทลื้อ มีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

1. ผู้ปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าทอไทลื้อ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อศึกษาลวดลายของผ้าทอและเลือกลวดลายผ้าทอที่จะนำมาตัดเย็บชุดแฟชั่น ในเขตอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. การพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ วางแผนและออกแบบชุดที่จะตัดเย็บ โดยออกแบบชุดให้มีความทันสมัย สามารถสวมใส่ได้ง่าย สามารถนำไปสวมใส่ผสมผสานกับเสื้อผ้าในยุคสมัยปัจจุบันได้ และสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้
3. จัดทำแบบสอบถามเพื่อทำการสำรวจ รวบรวมข้อคิดเห็นและคำแนะนำของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งต่อไป
4. นำผลจากการวิจัยมาวิเคราะห์ผล และประเมินผลการดำเนินงาน

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่ม LGBTQ+ คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 35.25 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 25.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.00 และระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 25.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.50

2. ผลการประเมินการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ



ภาพที่ 1 ชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการประเมินผลการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.ด้านประโยชน์การใช้สอย	4.57	0.63	มากที่สุด
2.ด้านความงามทางศิลปะ	4.62	0.59	มากที่สุด
3.ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ	4.60	0.54	มากที่สุด
4.ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม	4.61	0.60	มากที่สุด
ภาพรวม	4.63	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การประเมินผลการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.63$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความงามทางศิลปะ ($\bar{X}=4.62$) รองลงมา ได้แก่ ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.61$) และด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ($\bar{X}=4.60$)

3. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ด้านภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.65	0.58	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.56	0.62	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.61	0.62	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.61	0.62	มากที่สุด
ภาพรวม	4.61	0.61	มากที่สุด



จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.61$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.65$) รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย,ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X}=4.61$) และด้านราคา ($\bar{X}=4.56$)

4. การพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ

4.1 ผู้วิจัยปรึกษารื้อกับผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าทอไทลื้อ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อศึกษาลวดลายของผ้าทอและเลือกลวดลายผ้าทอที่จะนำมาตัดเย็บชุดแฟชั่น จากการปรึกษารื้อจากผู้เชี่ยวชาญจึงเลือกลายผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ มาทั้งหมด 2 ลาย ได้แก่ ลายตาไก่และลายขอเครือ ซึ่งลายตาไก่จากการสำรวจจากผู้เชี่ยวชาญเป็นลวดลายที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน และลวดลายที่เป็นที่นิยมรองลงมาคือลายขอเครือ ซึ่งเป็นลวดลายที่ได้รับการออกแบบจาก สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ผู้วิจัยจึงได้หยิบยกรำทั้ง 2 ลวดลายมาผสมผสานกันในการนำมาตัดเย็บชุดแฟชั่น

4.2 สร้างแบบเสื้อและหมวก ในการออกแบบชุดแฟชั่น ผู้วิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชุดแฟชั่นได้ออกแบบชุดแฟชั่นให้มีความทันสมัยและแตกต่างจากรูปแบบในท้องตลาดทั่วไป

4.3 การสร้างแบบเสื้อ ได้ออกแบบที่คล้ายคลึงกับเสื้อกั๊กและเสื้อสูท แต่มีรูปแบบมีหมวกที่สามารถใส่และถอดออกได้ และคอเสื้อจะเป็นเสื้อคอปก ส่วนกระดุมเสื้อจะใช้กระดุมแท่งไม้แทนการใช้ซี่ปเพื่อสะท้อนถึงความเป็นล้านนามากขึ้น และสายดิ่งหมวกสูทได้ออกแบบให้แตกต่างจากสายดิ่งหมวกสูททั่วไปไปเพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ

4.4 การสร้างแบบกางเกง ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญได้ออกแบบกางเกงให้เป็นรูปแบบที่ทันสมัยมีรูปแบบที่แตกต่างจากท้องตลาด โดยทำเป็นรูปแบบกางเกงขาสั้น โดยมีความแตกต่างจากท้องตลาดคือ ลวดลายการวางแบบกระเป๋และสายรัดเอวกางเกง โดยกระเป๋ากางเกงมีทั้งกระเป๋ากางเกงด้านหน้าและด้านหลัง กระเป๋าด้านหน้าและด้านหลังจะเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะโดยการใช้ผ้าทอลวดลายตาไก่และลายขอเครือ ในการทำกระเป๋ ส่วนสายรัดเอวลักษณะของสายและปลายสายจะออกแบบคล้ายคลึงกับสายดิ่งหมวกสูทของตัวเสื้อเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุดแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ



ภาพที่ 2 เสื้อและกางเกงที่พัฒนาและออกแบบ



อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

การพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการประเมินการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ในภาพรวม พบว่า ผลการประเมินอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความงามทางศิลปะ รองลงมา ได้แก่ ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม และด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ ทศนีย์ บัวระภา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์จากผ้าไหมมัดหมี่ จังหวัดมหาสารคาม ผลวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ต่อด้านความงามทางศิลปะ ระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมด้าน การผสมผสานวัสดุ ท้องถิ่นและวัสดุอื่น สะดวกและเหมาะสมกับการใช้งาน ง่ายต่อการผลิตในเชิงพาณิชย์

2. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อในภาพรวม พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และ ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับ รัตนา โพธิวรรณ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัย ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา รายได้ด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและอันดับท้ายคือ ด้านการส่งเสริม การตลาด ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดแฟชั่น ผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีความประณีตสวยงามและมีความโดดเด่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์แตกต่างจาก ท้องตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2565) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าบริการ ที่ธุรกิจสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการหรือที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค ต้องคำนึงถึง กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมและชัดเจน ดูว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเขาต้องการอะไรบ้างให้ใส่ใจในรายละเอียด นั้น สินค้าหรือการบริการที่มีแตกต่างอย่างไรทำให้ลูกค้าเกิดความสะดุดตาสะดุดใจในรูปลักษณ์ รวมถึง การใช้งาน ความทนทาน และความปลอดภัย ตลอดจนการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้า เกิดความสนใจและเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของเรา และมีการบอกกันปากต่อปาก เป็นต้น

4. ความพึงพอใจด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ชุดแฟชั่นผ้าทอ ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์มีราคาที่ระบุไว้ชัดเจน ราคามีความ เหมาะสมและคุ้มค่ากับการที่จะนำไปใช้งาน เป็นราคาที่ทุกคนสามารถซื้อได้ และมีเงินไขการชำระเงื่อน หลายรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2565) กล่าวว่า ราคา (Price) ราคาหรือสิ่งที่ ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อแลกกับการได้สินค้าและบริการ อาจจะไม่ใช่ว่าเพียงแค่เงินเท่านั้นอาจรวมถึงเวลาหรือการ กระทำบางอย่าง ดังนั้นการตั้งราคาจึงต้องให้เหมาะสม คำนวณเรื่องราคาต้นทุนกับกำไรว่า มีความคุ้มค่า หรือไม่ มีกำไรมากน้อยเพียงไร

5. ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีการขายออนไลน์ผ่านช่องทางเพจ Facebook TikTok Shop ทำให้ลูกค้าสะดวก สบาย สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับ ชมภูณัฐ ขวัญเมือง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ พบว่า ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ง่าย สะดวก รวดเร็วไม่ต้องเดินทาง รองลงมาคือ ท่านสามารถเข้าเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ได้หลายครั้งในแต่ละวัน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

6. ความพึงพอใจด้านส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก มีการประชาสัมพันธ์โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ผ่านเพจ Facebook TikTok Shopee มีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม และลูกค้าสามารถเลือกดูตัวอย่างที่ต้องการได้ ซึ่งสอดคล้องกับเกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2565) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การสื่อสารการตลาดเพื่อให้ธุรกิจสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่การโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด โดยในปัจจุบันสามารถทำการโฆษณาในสื่อหลายรูปแบบ หรืออาจเป็นการทำกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้มาร่วม เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสนใจและอยากเลือกสินค้าหรือบริการของเรา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการประเมินการพัฒนาและออกแบบชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะพัฒนาและออกแบบให้มีความงามทางศิลปะ สามารถใช้สอยได้ และคงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ดังนั้นผู้นำชุมชน สถาบันศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำแนวคิดและการพัฒนาในครั้งนี้ ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าชาติพันธุ์ไทลื้อหรือชาติพันธุ์อื่น ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น

1.2 จากผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อชุดแฟชั่นผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะมีช่องทางให้ชำระเงินหลายรูปแบบ มีการขายผ่านระบบออนไลน์ และมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการ และร้านค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับสินค้าชาติพันธุ์ ควรขยายช่องทางในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น และควรจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยจากการนำผ้าทอไทลื้อ 2 ลวดลาย คือลายตาไก่และลายขอเครือ ซึ่งในการทำวิจัยในครั้งนี้ อาจจะมีการนำลวดลายต่างๆ ของผ้าทอไทลื้อมาพัฒนา เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายมากขึ้น

2.2 ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของชาติพันธุ์ไทลื้อในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชาติพันธุ์อื่นๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของชาติพันธุ์มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2565). กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565. จาก <https://shorturl.asia/Ev5yK>
- ไพโอซิล เจ๊ะอาแซ. (2562). การประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการตั้งด่านตรวจจุดสกัดจุดตรวจของเจ้าหน้าที่รัฐในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้: กรณีศึกษาอำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชมภูณช ขวัญเมือง. (2560). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ฐปนัท แก้วปาน และคณะ. (2563). หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 22(2), 161-182.
- ทัศนีย์ บัวระภา. (2560). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผ้าไหมมัดหมี่ จังหวัดมหาสารคาม. สถาบันวิจัยศิลปและวัฒนธรรมอีสาน. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รัตนา โพธิวรรณ. (2562). การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศรียุญา อารยะจารุ. (2556). การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทของใช้จากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน กลุ่มทอผ้าลายโบราณบ้านทัพคล้าย จังหวัดอุทัยธานี. ศิลปมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2565). สถิติจำนวนประชากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565. จาก <https://shorturl.asia/a6jQd>
- สุรีย์วัล เสมอใจ. (2557). การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่อง "เมี่ยง" ผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- Mungpattanasunthon Sukamon. (2019). Transforming traditional trade of the hand-woven textile community todigital trade: The case study of Tai Lue group at Toong Mork Village, Chiang Kham, Phayao, Thailand. *Journal of Advanced Research in Social Sciences and Humanities*, (4)2, 73-79.
- Shelly, D. F. (1995). *Tackling family member compensation*. American Printer, 215, p. 2
- Yamane, T. (1970). *Statistics; An Introductory Analysis*. (2nd ed.). New York: Harper and Row.