



การพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เสื้อขนเฝ้าอาซาประยุกต์ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

ดร.มโนชญ์ เทศอินทร์

นักวิจัยอิสระ

นิรุตตี ชัยโชค

อาจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วิไลลักษณ์ วงศ์ชัย

นักวิจัยอิสระ

พิชญดา แก้วดี

นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทคัดย่อ

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 7 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 19 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 มิถุนายน 2566

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อขนเฝ้าอาซาประยุกต์ เพื่อพัฒนาและออกแบบลวดลายเสื้อขนเฝ้าอาซาประยุกต์ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อขนเฝ้าอาซาประยุกต์ จังหวัดเชียงราย เก็บข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อขนเฝ้าอาซาประยุกต์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.66$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X}=4.69$) เป็นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ งานหัตถกรรม และสามารถสวมใส่ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ได้ รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X}=4.67$) ลูกค้าสามารถเลือกลวดลายที่ต้องการได้และมีบริการจัดส่งสินค้าฟรี

คำสำคัญ: การพัฒนา ต้นทุน ผลตอบแทน ความพึงพอใจ ชุดบิกินี่จากผ้าหม้อห้อม



Development and Study of Consumer Satisfaction towards Applied Akha Tribal Shirt Products, Mae Chan District, Chiang Rai Province

Dr.Manoch Tedin

Independent Researcher

Nirut Chaichok

Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Received: 7 June 2023

Revised: 19 June 2023

Accepted: 25 June 2023

Wilailux Wongchai

Independent Researcher

Phichayada Kaewdee

Undergraduate Students, Faculty of Accounting, Chaing Rai Rajabhat University

Abstract

This study aims to study consumer satisfaction and behavior in product development of applied Akha tribe shirts. To develop and design an applied Akha ethnic shirt pattern by studying from a sample group of people who are interested in the products of applied Akha tribe Chiang Rai The satisfaction data was collected by using online questionnaires of 400 people and the data were analyzed by statistics such as percentage, mean and standard deviation. The results showed that Most of the respondents were female. Age between 19-30 years old. The overall picture was at the highest level ($\bar{X}=4.66$). The aspects with the highest averages were sales channels and suitability ($\bar{X}=4.69$), which were online sales, handicrafts, and can be worn in various important festivals. Marketing Promotion ($\bar{X}=4.67$) Customers can choose the pattern they want and free shipping.

Keywords: Development, Cost, Return, Satisfaction, Bikini set from Morhom fabric



บทนำ

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมค่อนข้างมาก นอกจากประชากรชาวไทยทั่วไปแล้วยังมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายและตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ มีภาษา วัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันไปจากชนกลุ่มใหญ่ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย, 2564) กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยมีความหลากหลาย มีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไปโดยสภาพเศรษฐกิจ สังคม ตามจารีตประเพณีเป็นการปรับตัวเข้ากับฐานทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิสังคมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่โดย “กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง” หรือชนชาวเขาจะตั้งถิ่นฐานตามแนวเทือกเขาบนพื้นที่สูงที่สลับซับซ้อน มีลักษณะเป็นสังคมเกษตร ด้วยการทำไร่ ทำนา เลี้ยงสัตว์และพึ่งพิงอาศัยป่าและสายน้ำในลำห้วยเป็นวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติและอาศัยผลผลิตจากป่าเป็นหลัก สำหรับ “กลุ่มชาติพันธุ์ตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ราบ” ส่วนใหญ่มีวิถีการดำรงชีวิตที่กลมกลืนกับคนไทยทั่วไปโดยมีอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์แต่ยังพึ่งพิงใช้ประโยชน์จากป่าโดยมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมเมืองมากขึ้นแต่ยังคงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของตนเองอยู่

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมและองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างและความหลากหลายในองค์ความรู้ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการสั่งสมและสืบทอดมาอย่างต่อเนื่องและปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน (พิสันต์ จันทรศิลป์, 2564) กลุ่มชาติพันธุ์แต่ละเผ่าพันธุ์ก็มีฝีมือยอดเยี่ยมอย่างยิ่งในหลากหลายแขนง ทั้งงานจักสานไม้ไผ่ งานผ้าเย็บปักถักร้อย งานผลิตเครื่องประดับประจำเผ่าเฉพาะตน งานแกะสลักไม้ และงานพวกเครื่องโลหะต่าง ๆ เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์อาข่า (Akha) เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่กระจายตัวอยู่ตามแนวชายแดนจีนตะวันตกเฉียงใต้และบางประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อยู่ติดกับประเทศจีน ปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าในประเทศไทยเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีภาษาพูด ความเชื่อ วิถีชีวิต อัตลักษณ์เป็นของตนเอง อาศัยอยู่กระจายอยู่ในพื้นที่ 7 จังหวัดทางภาคเหนือของไทย ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ พะเยา ลำปาง แพร่ ตาก และเพชรบูรณ์ โดยอาศัยอยู่มากที่สุดในจังหวัดเชียงราย เอกลักษณ์การแต่งกายของชนเผ่าอาข่าในประเทศไทยจะมีความคล้ายคลึงกัน มีจุดเด่นที่หมวกโลหะสีเงิน และเครื่องประดับบนศีรษะทั้งที่เป็นผ้าคลุมปักสีล้วนลวดลายสดใส และเครื่องเงินหรือโลหะที่ประดับประกอบในรูปแบบต่าง ๆ ในปัจจุบัน ผ้าปักชนเผ่าอาข่านอกจากจะเป็นเครื่องแต่งกายที่สะท้อนความเป็นชนเผ่าอาข่าแล้วผ้าปักอาข่ายังสามารถนำไปแปรรูปตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ (สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย, 2565) แต่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นยังไม่มี ความหลากหลาย และยังไม่ทันตามสมัยนิยมตามกาลเวลาและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้วัยรุ่นชาติพันธุ์อาข่าพยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ตนเองให้ทันกับยุคสมัยในปัจจุบันและความต้องการของตลาด

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายของชาติพันธุ์อาข่า ด้วยการนำลวดลายบนพื้นผ้าของชาติพันธุ์อาข่ามาประยุกต์ให้มีความหลากหลายทางผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบร่วมสมัย และทันตามสมัยนิยมตามกาลเวลาและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างความแตกต่าง สร้างจุดขายให้เข้ากับสถานการณ์ยุคสมัยปัจจุบัน ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อขนเฒ่าอาข่าประยุกต์ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อขนเฒ่าอาข่าประยุกต์ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ทาริกา สระทองคำ และคณะ (2565) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีรูปแบบการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีคุณสมบัติใหม่ หรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป สามารถสร้าง ประโยชน์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ พรธนิภา ซาวคำ และคณะ (2561) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 4. การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ 5. การพัฒนาด้านภูมิปัญญา 6. การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สุรางค์ โค้วตระกูล (2556) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกร่วม ของบุคคลที่มีต่อ การเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็น พลังภายในของแต่ละบุคคล อันเป็น ความสัมพันธ์ ระหว่างเป้าหมายที่คาดหวังและความต้องการ ด้านจิตใจ นำไปสู่การค้นหาสิ่งที่ต้องการมา ตอบสนอง เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วจะเกิดความรู้สึกมีความสุข กระตือรือร้น มุ่งมั่น เกิด ขวัญกำลังใจ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพของการกระทำกิจกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้นสำเร็จ ตามที่กำหนดไว้ อีกนัยหนึ่ง ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกในเชิงการประเมินค่า อันเป็นองค์ประกอบที่ สำคัญในการเรียนรู้ที่สัมพันธ์ กับผลสัมฤทธิ์ของการเรียน ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็นพฤติกรรมภายในที่ผลักดันให้เกิด ความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ยินดี ไม่ยินดี เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการและความ คาดหวังที่เกิดจากการประมาณค่าอันเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์จากการกระทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดการ ตอบสนองความต้องการตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชिरา ภิวังศ์กูร และคณะ (2562) ลวดลายชาติพันธุ์ชนเฒ่า ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ ที่ ระลึก หมู่บ้านกระเหรี่ยงรวมมิตร พบว่า การออกแบบของที่ระลึก ควรมีแนวคิดหลักๆ คือจะต้อง สามารถ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าในแหล่งท่องเที่ยววันได้ ไม่ว่าจะซื้อให้ตัวเองหรือเป็นของ ฝากเป็นการซื้อ ด้วยความประทับใจในผลิตภัณฑ์ คำนี้ถึงประโยชน์ใช้สอย ที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวัน ได้



ดวงมณี สูงสันเขต (2560) การศึกษาชนเผ่าอาข่าเพื่อออกแบบชุดผลิตภัณฑ์ตกแต่งบนโต๊ะอาหาร (กรณีศึกษาชนเผ่าอาข่า กลุ่มลอมี่ จังหวัดเชียงราย) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะอาหาร ตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดสำคัญ คือ การนำเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทางภูมิปัญญาของชนเผ่าอาข่ามาต่อยอดภูมิปัญญา โดยการนำภูมิปัญญาในด้านการปักผ้า จากเครื่องแต่งกายของชนเผ่าอาข่า มาสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะอาหารที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการศึกษากับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชนเผ่าอาข่าจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

อวยพร ต๊ะวัน (2562) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชาติพันธุ์อาข่า จังหวัดเชียงราย พบว่า 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชาติพันธุ์อาข่า ได้มีการนำผ้าปักลายของชาติพันธุ์อาข่ามาตัดเย็บบนเสื้อผ้าแฟชั่น รูปแบบของเสื้อผ้ามีความทันสมัยตามแฟชั่น สวยใส่ง่าย สวยใส่ได้หลากหลายโอกาส ดูแลรักษาง่าย 2) ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชาติพันธุ์อาข่า พบว่า ชุดเกาะอกต้นทุนรวมเฉลี่ย 320 บาทต่อชุด วัสดุดิบทางตรงเฉลี่ย 120 บาท ค่าแรงงานทางตรงเฉลี่ย 100 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ย 100 บาท ผลตอบแทนเฉลี่ย 500 บาท

วรารภรณ์ เขียดชู (2563) อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยวน: แนวทางการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าการนำอัตลักษณ์ มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นชาติพันธุ์ไทยวน พบว่าการนำองค์ความรู้ทางการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอมาบูรณาการกันด้วยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับทุกคนในชุมชน โดยมีทั้งปราชญ์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านผ้าและสิ่งทอคนรุ่นเก่าที่ยังคงมีวิถีชีวิตการทอผ้ารวมถึงคนรุ่นใหม่ที่ต้องการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วมาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าในชุมชน

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชากรผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ประชากรในจังหวัดเชียงราย จำนวน 1,299,636 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (1970) ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้โดยกำหนดให้เป็น 0.05 โดยผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ที่ต้องการศึกษาจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาการพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ออกแบบขึ้นมาเพื่อรับรองวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วยไปด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 การสำรวจความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นทางด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจต่อเสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่

รู้จักชุดชนเผ่าอาข่า เคยเห็นผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าหรือชุดชนเผ่าอาข่า เสื้อชนเผ่าอาข่ารูปแบบใดที่คิดว่ามีความสวยงาม ทันสมัย และสื่อถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อาข่ามากที่สุด เป็นต้น

ตอนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางการตลาด

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ ความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยพิจารณาจากความเห็น และให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

2. นำแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรอื่นที่ไม่ใช่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามครบแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยประมวลผลค่าทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

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

ตอนที่ 2 การสำรวจความคิดเห็น มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบของตาราง

ตอนที่ 3 การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปรความหมายของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดได้ 5 ระดับ

การพัฒนาเสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์

การพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย คณะผู้จัดทำวิจัยมีขั้นตอนออกแบบดังนี้

1. ทำการศึกษาแบบและลวดลายของชุดชนเผ่าอาข่าเพื่อนำมาพัฒนาเสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเอกลักษณ์ลวดลายชนเผ่าอาข่า

2. ได้มีการลงพื้นที่ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชนเผ่า และร้านที่ขายเสื้อผ้าชนเผ่าในอำเภอแม่จันจังหวัดเชียงราย เพื่อสำรวจรูปแบบและลวดลายของเสื้อชนเผ่าอาข่า

3. ได้มีการรวบรวมรายละเอียดในการออกแบบจากผู้ประกอบอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าชนเผ่าผู้วิจัยจึงได้ทำการตัดเย็บผ้าจากลวดลายที่นำมาผสมผสาน โดยเริ่มจากจัดหาวัสดุอุปกรณ์ แล้วทำการตัดเย็บเป็นเสื้อชนเผ่าประยุกต์รูปแบบใหม่



4. จากการศึกษาชุดชนเผ่าอาข่า จึงได้พัฒนาเสื้อที่มีชื่อว่า เสื้อเข็ตกรอบแขนสั้นคอบัว มีการพัฒนารูปแบบให้มีความแปลกใหม่ งดงาม และทันสมัย

ผลการศึกษา

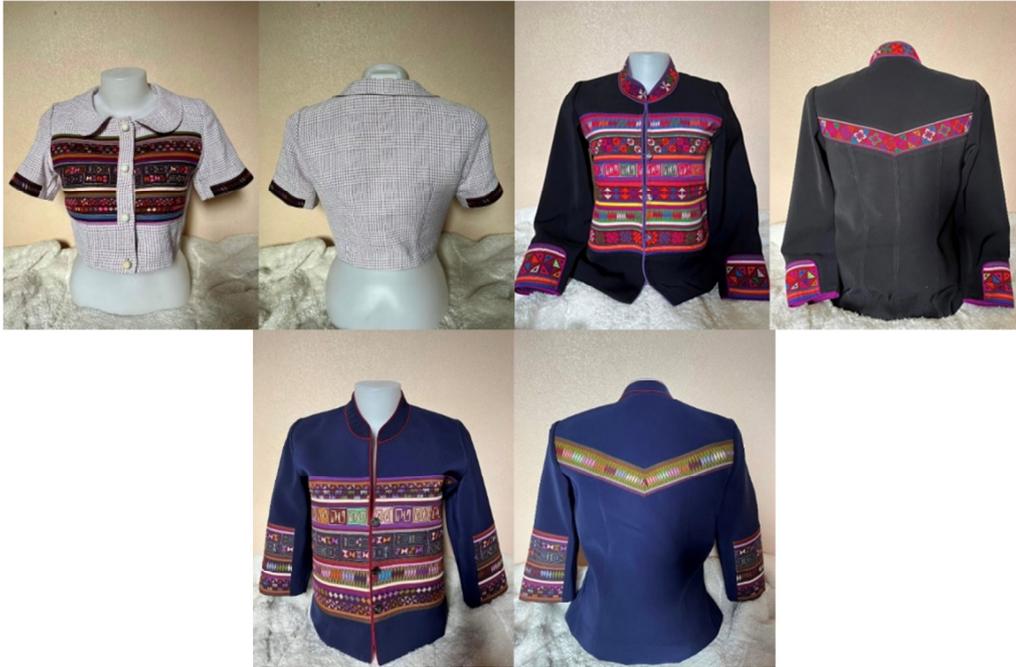
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.80 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34 มีมีอายุ 19-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.50 และอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.50 ประกอบอาชีพ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.75 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้างรัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.50 รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.75 แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 1.50 รับเหมาก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.30 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.20 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001– 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.70

2. ผลการวิเคราะห์การสำรวจความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นทางด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจต่อเสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักชุดชนเผ่าอาข่า คิดเป็นร้อยละ 88.50 และไม่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 11.50 เคยเห็นผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่า หรือชุดชนเผ่าอาข่า คิดเป็นร้อยละ 94.50 และไม่เคยเห็น คิดเป็นร้อยละ 5.50 เสื้อชนเผ่าอาข่าแบบที่ 1 เสื้อเข็ตกรอบแขนสั้นคอบัวมีความสวยงาม ทันสมัย และสื่อถึงเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์อาข่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาแบบที่ 2 เสื้อคลุมแขนยาวสีสด คิดเป็นร้อยละ 31.70 และสุดท้ายแบบที่ 3 เสื้อคลุมแขนยาวสีคลาสสิก คิดเป็นร้อยละ 9.00 เคยเห็นเสื้อชนเผ่าอาข่าแบบที่ 2 เสื้อคลุมแขนยาวสีสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาแบบที่ 3 เสื้อคลุมแขนยาวสีคลาสสิก คิดเป็นร้อยละ 20.70 และสุดท้ายแบบที่ 1 เสื้อเข็ตกรอบแขนสั้นคอบัว คิดเป็นร้อยละ 16.30 ต้องการลดทอนของผ้าปักอาข่าบนเสื้อที่มีลักษณะใส่ลดทอนผ้าปักบนเสื้อทั้งด้านหน้าและด้านหลัง คิดเป็นร้อยละ 68.30 และรองลงมาเป็นใส่ลดทอนผ้าปักบนเสื้อแค่ด้านหน้า คิดเป็นร้อยละ 31.70 การประยุกต์เสื้อชนเผ่าอาข่าให้มีความสวยงามและทันสมัยมากยิ่งขึ้น มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 99.50 และไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 0.50

3. ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อชุดบิกินีจากผ้าหม้อห้อม



ภาพที่ 1 รูปแบบของเสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ในภาพรวม

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.66	0.54	มากที่สุด
2. ด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย	4.69	0.51	มากที่สุด
3. ด้านราคา	4.64	0.55	มากที่สุด
4. ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.69	0.55	มากที่สุด
5. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.67	0.55	มากที่สุด
ภาพรวม	4.66	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.66$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X}=4.69$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X}=4.67$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.66$) และด้านราคา ($\bar{X}=4.64$)

ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.66$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ลวดลายบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชน



เผ่าอาข่า ($\bar{X}=4.70$) รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและน่าสนใจ ($\bar{X}=4.66$) ผลิตภัณฑ์มีสีสันสวยงาม ($\bar{X}=4.66$) และการจัดวางลายมีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.65$)

ด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.69$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สามารถสวมใส่ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ได้ ($\bar{X}=4.71$) รองลงมา ได้แก่ เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์มีการผสมผสานที่ดูทันสมัยและเหมาะสมกับการสวมใส่ตามยุคตามสมัย ($\bar{X}=4.68$) มีความคงทนต่อการสวมใส่ ($\bar{X}=4.68$)

ด้านราคา

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.64$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ราคามาตรฐานเมื่อเทียบกับเสื้อชนเผ่าทั่วไป ($\bar{X}=4.67$) รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีราคาระบุไว้ชัดเจน ($\bar{X}=4.64$) และสุดท้าย ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{X}=4.60$)

ด้านช่องทางการจำหน่าย

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.69$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ขายออนไลน์ผ่านช่องทางเพจ Facebook Tiktok Shop ($\bar{X}=4.68$) ขายในงานหัตถกรรมชนเผ่า เช่น งานโล้ชิงช้า หรือ งานดอกไม้งาม เป็นต้น ($\bar{X}=4.68$) และสุดท้าย ได้แก่ ร้านขายเสื้อผ้าชนเผ่าทั่วไป ($\bar{X}=4.64$)

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ลูกค้าสามารถเลือกทดลองที่ที่ต้องการได้ ($\bar{X}=4.71$) รองลงมา ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โฆษณาให้ผู้บริโภครู้จักอย่างทั่วถึง ($\bar{X}=4.67$) และสุดท้าย ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าฟรี ($\bar{X}=4.63$)

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

การพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกับผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ในภาพรวม ผู้บริโภคพึงพอใจอยู่ในระดับดีมากเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนีย์ วงศ์สอน (2562) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

2. ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากเป็นการพัฒนารูปแบบให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และเป็น

ลดรายที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชนเผ่าอาข่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงมณี สูงสันเขต (2560) ได้ทำการศึกษา ชนเผ่าอาข่าเพื่อออกแบบชุดผลิตภัณฑ์ตกแต่งบนโต๊ะอาหาร คือ การนำเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทางภูมิปัญญาของชนเผ่าอาข่ามาต่อยอดภูมิปัญญา โดยการนำภูมิปัญญาในด้านการปักผ้า จากเครื่องแต่งกายของชนเผ่าอาข่า มาสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะอาหารที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการศึกษากวีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชนเผ่าอาข่าจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและผลงานการออกแบบ

3. ความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากสามารถสวมใส่ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ได้ เป็นการผสมผสานที่ดูทันสมัยและเหมาะสมกับการสวมใส่ตามยุคตามสมัย ซึ่งสอดคล้องกับกับผลการศึกษาของ มุลินธิช่างหัตถกรรมศิลป์ไทย (2556) พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าฝ้าย มุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักสามารถใช้ประโยชน์ได้หลายด้านไม่ว่าจะเป็นเครื่องนุ่งห่มและของใช้ในชีวิตประจำวัน แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังเน้นแบบดั้งเดิมและรูปแบบใหม่ผสมผสานกัน คือ แบบเรียบง่าย และรูปแบบที่มีแนวคิดทางด้านศิลปะ แต่ยังคงสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมดั้งเดิม

4. ความพึงพอใจด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์อยู่ในระดับที่ดีมาก เนื่องด้วยการตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์ มีการแสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับกับผลการศึกษาของ พิณวิภา กิจเกษมพงศา (2559) กล่าวว่า ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ควรมีราคาขายเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต และกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดนั้น โดยอาศัยการศึกษาข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภค ให้ได้ข้อมูลก่อนทำการออกแบบและผลิต

5. ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์อยู่ในระดับที่ดีมาก เนื่องจากมีขายออนไลน์ผ่านช่องทางเพจ Facebook Tiktok Shop ขายในงานหัตถกรรมชนเผ่า เช่น งานโล้ชิงช้า หรือ งานดอกไม้งาม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับกับผลการศึกษาของ รัฐพล สังคะสุขและคณะ (2560) พบว่า ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายเรียงตามลำดับยอดขาย ได้แก่ การออกบูท การขายผ่านหน้าร้านตัวเอง การขายออนไลน์ การขายตรง และการฝากขาย

6. ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เสื้อชนเผ่าอาข่าประยุกต์อยู่ในระดับที่ดีมาก เนื่องจากมีช่องทางที่ลูกค้าสามารถเลือกลดรายที่ต้องการได้ มีการประชาสัมพันธ์โฆษณาให้ผู้บริโภครู้จักอย่างทั่วถึงและมีบริการจัดส่งสินค้าฟรี ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2563) การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้บริโภคหรือผู้ใช้ เพื่อกระตุ้นการขายและสร้างทัศนคติที่ดีกับผลิตภัณฑ์ โดยผ่านเครื่องมือส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย โดยอาจเลือกใช้เครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ เครื่องมือแบบผสมผสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าหรือผู้ใช้ ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ



1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์เสื้อขนเฝ้าอาซาฮาระยูกต์อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากเป็นการพัฒนารูปแบบให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ดังนั้น ผู้นำชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ และเป็นที่น่าสนใจของผู้ซื้อ

1.2 จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจช่องทางการจำหน่าย บนแพลตฟอร์มออนไลน์ในระดับดีมาก ดังนั้น ผู้นำชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ชุมชนมีร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นของตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งถัดไป อาจทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและเทรนต่าง ๆ ก่อนการพัฒนา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาเป็นที่ต้องการของตลาด และควรร่วมมือกับภาครัฐ สถาบันการศึกษา เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

2.2 ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ลวดลายผ้าปักของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น แล้วนำมาพัฒนาออกแบบผสมผสานกันให้เกิดความสวยงาม

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย. (2564). กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย: เชียงราย
- พิสันต์ จันทร์ศิลป์. (2564). กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย: เชียงราย
- สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย. (2565). ขนเฝ้าอาซาฮ่า : เอกลักษณะเครื่องแต่งกาย ความแพรวพราวจากศิระชะจรตเรียวซา. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2566 จาก <https://shorturl.asia/bNDgu>
- ทาริกา สระทองคำ และคณะ. (2565). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 239-250.
- พรณิภา ชาวคำ และคณะ. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(1), 165-182.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2556). จิตวิทยาการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กษิรา ภิวงค์กูร และคณะ. (2562). ลวดลายชาติพันธุ์ชนเฝ้า ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหมู่บ้านกระเหรี่ยงรวมมิตร. วารสารมังรายสาร, 7(2), 123-140.
- ดวงมณี สูงสันเขต. (2560). การศึกษาชนเฝ้าอาซาฮ่าเพื่อออกแบบชุดผลิตภัณฑ์ตกแต่งบนโต๊ะอาหาร (กรณีศึกษาชนเฝ้าอาซาฮ่า กลุ่มลอมี่ จังหวัดเชียงราย). ศิลปะมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อวยพร ตะวัน. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อแฟชั่นชาติพันธุ์อาซาฮ่า จังหวัดเชียงราย. วารสารบัญญัติปริทัศน์, 4(2), 72-84.
- วารารณณ์ เขิดชู. (2563). อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยวน: แนวทางการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์. วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน, 11(2), 200-222.



- สำนักบริหารการทะเบียน. (2565). สถิติจำนวนประชากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565. จาก <https://shorturl.asia/a6jQd>
- ทัศนีย์ วงศ์สอน. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- มูลนิธิช่างหัตถกรรมศิลป์ไทย. (2556). แนวทางการพัฒนาเพื่อการส่งออก กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงศึกษาธิการ.
- พิณิชา กิจเกษมพงศา. (2559). คุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา ความพึงพอใจ คุณค่าด้านสุขภาพและทัศนคติต่ออาหาร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทางของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัฐพล สังคะสุขและคณะ. (2560). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(1), 38-49.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2563). ส่วนผสมทางการตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2566. จาก: <https://shorturl.asia/xDhYZ>
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing**. (5th ed.). New York : Harper Collins Publishers.
- Yamane, T. (1970). **Statistics; An Introductory Analysis**. (2nd ed.). New York: Harper and Row.