

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติตามแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

The Development of Jok Woven Textile Products with Natural Dyes
Based on the Creative Economy Concept of Ban Mae Pa Phae Jok and
Local Weaving Group, Thoen District, Lampang Province

อนิตา ประดาอินทร์^{1*} วรรษญา ธาราเวชรักษ์² ญาณิ ศิริดี² ปัทม์ ปราณอมรกิจ²

เกษชไม บุญโสม² ศุภินันท์ จันมา² และ สายนที ทรัพย์มี³

Anita Pradain^{1*}, Waranya Taravechrak², Yanee Keereet², Pat Pranamornkith²,

Kerchamai Boonsom², Supinan Janma² and Sainatee Supmee³

¹สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาลำปาง จ.ลำปาง 52100

¹Department of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna Lampang, Lampang 52100, Thailand

² สาขาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาลำปาง จ.ลำปาง 52100

²Department of Science, Faculty of Agricultural Science and Technology,

Rajamangala University of Technology Lanna Lampang, Lampang 52100, Thailand

³สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาลำปาง จ.ลำปาง 52100

³Department of Accounting, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna Lampang, Lampang 52100, Thailand

*Corresponding author: E-mail: anitapradain@gmail.com

(Received: June 10, 2025; Revised: October 10, 2025; Accepted: December 17, 2025)

Abstract: The purposes of this research were: 1) to study the general and value-added of woven fabric products through natural dyeing processes, 2) to develop woven fabric products with participation from the community based on the concept of creative economy, and 3) to analyze the marketing mix of naturally dyed Jok woven fabrics produced by the Jok and Local Weaving Group Ban Mae Pa Phae. The research employed a mixed-method participatory action research approach. The qualitative sample consisted of 25 members of the Jok and Local Weaving Group Ban Mae Pa Phae, selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews and field observations. The quantitative data were obtained from questionnaires administered to 100 consumers. The study found that: (1) Natural resources suitable for natural dyeing include tropical almond leaves, orange leaves, mango leaves, and lac. (2) The development of the woven fabric product showed that it was found that the group was most satisfied with the design pattern reflecting the identity of the community, with a mean of 4.73, and the product had a unique identity that was consistent with the community context, with a mean of 4.77 (3) Consumer satisfaction placed the most importance to durability with an average of 4.55.

Keywords: Product development, Jok Woven Textile, natural dyeing, marketing mix, creative economy

บทคัดย่อ: บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของชุมชนและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอผ่านกระบวนการย้อมสีธรรมชาติ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอต้นจกโดยการมีส่วนร่วมจากชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ 3) วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอต้นจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มทอผ้าต้นจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ การวิจัยนี้เป็นแบบผสานวิธีเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเชิงคุณภาพคือกลุ่มทอผ้าต้นจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะจำนวน 25 ราย ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ภาคสนาม ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 ราย ผลการศึกษาพบว่า 1. ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมสำหรับการย้อมสีธรรมชาติ ได้แก่ ใบหูกวาง ใบส้มเกลี้ยง ใบมะม่วง และครั่ง 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอต้นจกได้รับการตอบรับเชิงบวกพบว่าความพึงพอใจมากที่สุด คือ ลวดลายที่ออกแบบสะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนค่าเฉลี่ย 4.73 และผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สอดคล้องกับบริบทชุมชนค่าเฉลี่ย 4.77 3. ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความทนทานและอายุการใช้งานค่าเฉลี่ย 4.55

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าทอต้นจก การย้อมสีธรรมชาติ ส่วนประสมทางการตลาด เศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกต่างให้ความสำคัญเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (Jamal *et al.*, 2024) โดยเฉพาะในวงการสิ่งทอ กระแสการอนุรักษ์และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากอดีตได้รับการสนับสนุนมากขึ้น (Charoenmahavit, 2023) ผ้าทอถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น มรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น (Pokkrong *et al.*, 2020) กระบวนการทอผ้าเป็นการแสดงออกถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ และคุณค่าทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนอย่างลึกซึ้ง เกี่ยวพันกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน (Inkuer *et al.*, 2024)

ผ้าไหมและผ้าฝ้ายถือเป็นงานหัตถกรรมที่มีความสำคัญทั้งในด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของประเทศไทยและยังถือได้ว่าเป็นการแสดงถึงความ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เกิดการพัฒนาสร้างความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) ที่เน้นการสร้างสินค้าและบริการใหม่ โดยเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสังคมนวัตกรรมสมัยใหม่ สอดคล้องกับแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2566-2570

(Thailand Science Research and Innovation Promotion Office, 2022)

แต่อย่างไรเสียย้อมผ้าส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอจะเป็นสีเคมีที่สังเคราะห์ขึ้น ซึ่งสีเหล่านี้มักจะตกค้างในเนื้อผ้า ทำให้เป็นอันตราย รวมถึงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงมีการส่งเสริมให้ใช้สีธรรมชาติในการย้อมแทนสีสังเคราะห์ที่อาจเป็นอันตราย (Prasongchan *et al.*, 2024) อีกทั้งผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงผลกระทบต่อสุขภาพที่เป็นอันตรายจากวิธีการย้อมสีมากขึ้น (Thailand Textile Institute, 2024) การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในการย้อมสีจะช่วยสร้างเฉดสีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละครั้ง เนื่องจกวิธีการย้อม สีจากวัสดุที่ใช้ และปัจจัยอื่น ๆ ทำให้เกิดสีสันทันที่ไม่เหมือนกัน (Lin *et al.*, 2022) การสร้างสรรค์ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน จะยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและความหมาย จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชน

บ้านแม่ปะแพะ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงในด้านการทอผ้าได้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มทอผ้าต้นจกและทอผ้าพื้นเมืองเพื่อบริการภูมิปัญญาการทอผ้า ซึ่งแสดงถึงความ ประณีตและความชำนาญของช่างฝีมือในพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มทอผ้าต้นจกและผ้าพื้นเมือง

บ้านแม่ปะแพะ แต่พบว่ากลุ่มยังขาดทักษะการย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ที่ชัดเจนซึ่งเป็นปัญหาที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติร่วมกับชุมชนจะช่วยลดรายจ่ายและสร้างอัตลักษณ์ที่เด่นชัดให้ผลิตภัณฑ์

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นประเด็นสำคัญในการกำหนดวัตถุประสงค์การศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการกระบวนการการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนและมีแนวคิดที่จะมุ่งเน้นพัฒนาผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มร่วมกับ

กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกิดการพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย สร้างการเชื่อมโยงระหว่างศิลปะ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนช่วยให้สามารถยืนหยัดในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพื้นที่วิจัยคือกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ดัง Figure 1

อุปกรณ์และวิธีการ

กรอบแนวความคิดการวิจัย



Figure 1. Conceptual framework

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ศึกษาคือกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่ สมาชิกกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ จำนวน 25 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ ช่างฝีมือ เยาวชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการ ผู้สืบทอด ภูมิปัญญา ผู้นำชุมชนในพื้นที่ กลุ่มคนรุ่นใหม่ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวม

1) ทบทวนข้อมูลเชิงเอกสาร (documentation) และสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) และการสนทนากลุ่ม (focus group) การวิจัยเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การทบทวนข้อมูลเชิงเอกสาร (documentation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) กับสมาชิกกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ ด้วยแบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้างที่ และการสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ให้ ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยประเด็นคำถามหลักด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลผลิต

2) การวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (interval scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert's scale) แบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้าน บริหารธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ซึ่งได้ค่าดัชนีความ สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (index of item-objective congruence: IOC) มากกว่า 0.7 ขึ้นไป ถือว่าค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์และเป็นที่ยอมรับได้ ถือว่าค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์และเป็นที่ยอมรับได้ (DeVellis, 2017) และได้ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.81 แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติ มีข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ ตอนที่ 3 สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังต่อไปนี้

1 ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholder analysis) วิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไป รวมไปถึงการประเมินศักยภาพพิจารณาสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก ศึกษาบริบท และทรัพยากร กระบวนการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและภาคีเครือข่ายในทุกภาคเพื่อเป็นข้อมูลเชื่อมโยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน

2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบลวดลายแบบมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติ

3 ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยนำผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 ท่าน และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ 100 ท่าน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายมาทำการวิเคราะห์โดยคำนวณเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการนำข้อมูลมารวมเป็นหมวดหมู่ แยกประเด็นของข้อมูลที่ต้องการจากการถอดบทสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์อธิบายตามกรอบแนวคิดวัตถุประสงค์และวิเคราะห์หาความต้องการในการพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ทางด้านการตลาดเพื่อนำไปสู่รูปแบบการบูรณาการรูปแบบเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

2) การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะที่พัฒนาขึ้นด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาบริบทของชุมชนและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอผ่านกระบวนการย้อมสีธรรมชาติ พบว่า บ้านแม่ปะแพะ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง เป็นชุมชนเก่าแก่ที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และมีวิถีชีวิตผูกพันกับการทอผ้าอย่างลึกซึ้ง ทรัพยากรธรรมชาติ ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น พืชในท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้ในการย้อมสีธรรมชาติ ได้แก่ ครั่ง ใบหูกวาง ใบส้มเกลี้ยง ใบมะม่วง และพืชสมุนไพรต่าง ๆ โดยเฉพาะส้มเกลี้ยงเป็นวัตถุดิบธรรมชาติที่โดดเด่นและเป็นพืชเศรษฐกิจ ผลไม้ประจำถิ่นของจังหวัดลำปางซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผ้าทอ วัสดุ

เหล่านี้สามารถสร้างเฉดสีที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับผ้าทอ และช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ ดัง Figure 2

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจก โดยการมีส่วนร่วมจากชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนบนพื้นฐานของปัจจัยแห่งการสร้างสรรค์ที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) วิทยาศาสตร์สร้างสรรค์

2) เทคโนโลยีสร้างสรรค์ 3) สังคมสร้างสรรค์ 4) วัฒนธรรมสร้างสรรค์ มีดังนี้

2.1 วิทยาศาสตร์สร้างสรรค์ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ผ่านการใช้กระบวนการย้อมสีทางวิทยาศาสตร์ และการใช้สีจากธรรมชาติ เช่น สีจากใบหูกวาง ใบมะม่วง ครั่ง และใบส้มเกลี้ยง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและมีมูลค่าสูง ซึ่งสามารถจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้นได้

Local Plants as Resources	Innovation Transfer in Natural Dyeing	Color Outcomes
		

Figure 2. Innovative plant development that can be used in natural dyes

2.2 เทคโนโลยีสร้างสรรค์ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการออกแบบที่ทอผ้าและลวดลายผ้า รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น อโดบี และการใช้เทคโนโลยีการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ปะ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ

2.3 สังคมสร้างสรรค์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นและ

เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยการสร้างคุณค่าร่วมและคุณค่าทางสังคม โดยการบอกเล่าที่มาของลวดลายผ้า ลายดอกส้มเกลี้ยง ซึ่งเป็นพืชที่มีความสำคัญในเศรษฐกิจของชุมชนและเป็นสัญลักษณ์ของความ เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจก

2.4 วัฒนธรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกโดยใช้ภูมิปัญญาการทอผ้าของ

กลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ และออกแบบลวดลายที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน โดยลายดอกส้มเกลี้ยงพืชเศรษฐกิจในท้องถิ่นนำมา ออกแบบลวดลายที่บ่งบอกถึงความเป็นชุมชนแม่ปะ

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ดัง Figure 3

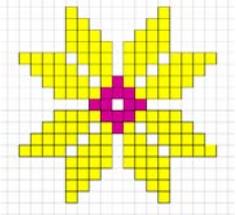
<i>Azadirachta indica</i>	Graphic	Textile Pattern Design
 <p>Source: MedThai (2020)</p>		

Figure 3. Development of woven fabric products using natural dyes

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ มีดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกกระบวนการโดยเฉพาะการออกแบบลวดลายและการเลือกใช้วัสดุย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นบ้านแม่ปะแพะ การย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้สตุในท้องถิ่น ได้แก่ ใบส้มเกลี้ยง (สีครีม) ครั่ง (สีชมพู) ใบหูกวางแห้ง (สีน้ำตาล) ใบมะม่วง (สีเหลือง) และการออกแบบลวดลาย: ลายผ้าตีนจกดั้งเดิมได้รับการพัฒนาให้ร่วมสมัยมากขึ้น โดยใช้ดอกส้มเกลี้ยง เป็นองค์ประกอบหลักในกระบวนการออกแบบลวดลาย ที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ถูกออกแบบให้มีความเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยความหมายและความงดงามของวัฒนธรรมพื้นบ้าน ลวดลายดอกส้มเกลี้ยงดอกไม้พื้นถิ่นที่มีอยู่มากในชุมชน และเป็นสิ่งที่ชุมชน

ผูกพันในการสร้างรายได้ทางการเกษตรจึงนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและ การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ส่วนการใช้ตราสินค้า (brand name) กลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ มีการสร้างตรา สัญลักษณ์หรือตราสินค้า ใช้ชื่อว่า "ห้วยฮ่อม (แม่ปะแพะ) โดยมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และคุณค่าของชุมชน พร้อมสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภค คำว่า "ห้วยฮ่อม" สื่อถึงอาหารและธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ในชุมชนแม่ปะแพะ ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในกระบวนการย้อมสี เช่น น้ำจากลำห้วยสำหรับเตรียมวัตถุดิบ และผลของความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านลวดลายและด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ด้านลวดลาย หัวข้อลวดลายที่ออกแบบสะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.73 และ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ในหัวข้อผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.77 ตามลำดับ ดัง Table 1

Table 1. Satisfaction study of the community enterprise group of the weaving group of the tin Jok and the local weaving group of Ban Mae Pa Pae

Level of satisfaction	\bar{x}	S.D.
Pattern Design		
The designed patterns reflect the community's identity	4.73	0.53
The colors and patterns are appropriate for the product	4.62	0.64
The incorporation of diverse patterns contributes to a modern and attractive design	4.46	0.65
The designed patterns effectively reflect the distinctive identity of the community	4.73	0.56
Product Aspect		
The form and elements of the product align well with its intended functionality	4.54	0.65
The provision of comprehensive and clear	4.54	0.65
The product's form and aesthetics appeal to consumer interest	4.62	0.57
The product reflects a unique character that aligns with the community	4.80	0.51
The Jok woven fabric demonstrates sufficient durability for its intended use	4.66	0.56

ขณะที่ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ
ตีนจกของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ
ความทนทานและอายุการใช้งานของผ้าทอตีนจกที่
ซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.55 ดัง Table 2

Table 2. Consumer satisfaction with woven fabric products

Level of Satisfaction	\bar{x}	S.D.
The Jok woven fabric chosen for purchase exhibits quality and performance distinct from those produced by other brands or communities	4.32	0.69
The quality of Jok woven fabric is comparable to or exceeds that of competing fabrics	4.40	0.71
The quality of Jok woven fabric corresponds well with its price	4.46	0.74
The information about Jok woven fabric and comparing its advantages and disadvantages with fabrics from other sources	4.50	0.65
The Jok woven fabric sourced from alternative sources is offered at the same price. Consumers may shift to purchasing products from those sources	4.35	0.76
Emphasize the durability and service life of the Jok woven fabric being purchased	4.55	0.63
Interest in the developed Jok woven fabric featuring the design	4.43	0.64

3.2 ด้านราคา (price) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะในครั้งนี้ ได้รับการปรับแนวคิดจากการตั้งราคาด้วยวิธี mark-up pricing มาใช้แนวคิดเพื่อเพิ่มความมั่นคงในการบริหารต้นทุนและกำไรในระยะยาว รวมถึงส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ และการวิเคราะห์ด้านผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการ พบว่า ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 4 ปี 7 เดือน 15 วัน สามารถคืนเงินทุน

ได้เท่ากับ 24,390 บาท ซึ่งถ้ากำหนดให้มีระยะเวลาคืนทุนที่ 10 ปี ถือว่าเป็นโครงการที่น่าสนใจลงทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 595,769.86 บาท ซึ่งมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่ามากกว่า 0 ถือว่าเป็นโครงการที่น่าลงทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 10 ถือว่าเป็นโครงการที่น่าลงทุน เนื่องจากสูงกว่าอัตรา ดอกเบี้ย MRR ของธนาคารดัง Table 3

Table 3. Evaluation of return on investment

Issue	Results	Conclusion
Payback period (PB)	4 years 7 months 15 days	4.7 years < 10 years, feasible
Net present value (NPV)	595,769.86 THB	NPV > 0, feasible
Internal rate of return (IRR)	10 percent (10%)	IRR - 10% > loan interest rate 7%, feasible
Profitability index (PI)	19.81 percent (19.81%)	19.81 > 1, feasible

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) กลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะส่วนใหญ่มักเป็นการผลิตตามทีลูกค้าสั่ง (by order) ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น ข้าราชการ พนักงานของรัฐ พนักงานมหาวิทยาลัย และลูกค้ากลุ่มชาติพันธุ์ นอกจากทำตามที ลูกค้าสั่งแล้ว ยังมีการทอไว้สำหรับนำไปขาย รวมทั้งจัดแสดงตามงานเทศกาลและประเพณีในจังหวัด นอกจากนี้ มีการนำช่องทางออนไลน์เข้ามาใช้ เช่น Facebook ช่วยให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ทั้งภายในและต่างจังหวัดรวมถึงการขายข้ามประเทศได้

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ในการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ สามารถวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือหลัก 5 ประการของการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ได้ดังนี้ กลุ่มมีการใช้ การโฆษณา (advertising) ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย Facebook ในส่วนของการส่งเสริมการขาย (sales promotion) กลุ่มจัดกิจกรรมลดราคาเป็นครั้งคราว หรือร่วมงานเทศกาล

เพื่อกระตุ้นยอดขาย และใช้การประชาสัมพันธ์ (public relations) โดยการเข้าร่วมงานชุมชน งานแสดงสินค้าหรืองานประเพณีเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ สำหรับ การขายโดยบุคคล (personal selling) กลุ่มเน้นการขายแบบโดยตรงกับลูกค้า ทั้งการให้ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และการสื่อสารคุณค่าของลวดลายและกระบวนการย้อมสีธรรมชาติ และการตลาดทางตรง (direct marketing) กลุ่มใช้ช่องทางการติดต่อกับลูกค้าประจำ เช่น แชนทอนไลน์ ทำให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่และกิจกรรมพิเศษได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

วิจารณ์

จากการศึกษามีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาริบทชุมชนและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการย้อมสีธรรมชาติผลการศึกษาบ่งชี้ว่าบ้านแม่ปะแพะเป็นชุมชนที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมการทอผ้าลึกล้ำและมีศักยภาพด้านการผลิตที่สามารถพัฒนาต่อได้อย่างไร

ก็ตามชุมชนยังขาดการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้กับผลิตภัณฑ์รวมถึงช่องทางการตลาดที่ยังคงจำกัดอยู่เพียงการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากวัตถุดิบในชุมชน โดยใช้ใบหูกวาง ใบมะม่วง ครั่ง และใบส้มเกลี้ยง ช่วยเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของตลาดยุคใหม่ที่เน้นสินค้ารักษ์โลก (Pradain and Orkaew, 2024) และมีความหมายทางวัฒนธรรม การพัฒนาตลาดโดยใช้สัญลักษณ์ "ดอกส้มเกลี้ยง" ซึ่งเป็นพืชที่สำคัญในชุมชน สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้ในตลาดเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Thasuwat and Kangvaravoot, 2024) ที่ได้ศึกษาการออกแบบสร้างตลาดและมาสังเคราะห์เพื่อตีความอัตลักษณ์ท้องถิ่นและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การออกแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสามารถสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์ (Thaennonngiw and Palinthorn, 2022) อีกทั้งยังส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

2. จากการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกการวิเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ โดยใช้ปัจจัยการสร้างสรรคซึ่งในด้านวิทยาศาสตร์การย้อมสีธรรมชาติได้รับการปรับปรุงด้วยเทคนิคทางวิทยาศาสตร์ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของสี เช่น ความคงทนและความสวยงามของเฉดสี โดยอาศัยพืชท้องถิ่นอย่าง ครั่ง, ใบหูกวาง, ใบส้มเกลี้ยง, ใบมะม่วง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดและตอบโจทยความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ (Sittinoppan, 2021) ที่พบว่า การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอโดยถ่ายทอดผ่านความรู้ในการย้อมสีธรรมชาติและด้านวัฒนธรรม

สร้างสรรค์ การออกแบบลวดลายที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนเช่น การใช้ ดอกส้มเกลี้ยง ผสานกับลายดั้งเดิมของผ้าตีนจก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ การเลือกใช้วัสดุท้องถิ่นและภูมิปัญญาการทอผ้ายังช่วยรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมชุมชนไปพร้อมกับการสร้างความแตกต่างในตลาด และการศึกษาของ Rattanaphan (2019) ที่พบว่า การออกแบบลวดลายที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และสะท้อนวิถีชีวิตของวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ถ่ายทอดรูปลักษณ์ถึงจังหวัดเพชรบูรณ์ และการศึกษาของ Pokkrong *et al.* (2020) ที่มุ่งเน้นการออกแบบลวดลายผ้าทอร่วมสมัยโดยใช้แรงบันดาลใจจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดเชิงพาณิชย์

3. จากวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกด้วยการย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ ที่พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกโดยใช้นวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติและการออกแบบลวดลายใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการตอบรับเชิงบวกจากกลุ่มในทุกด้าน โดยหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับความทนทานและอายุการใช้งานได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.55) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพ ความคุ้มค่า และข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอตีนจก สอดคล้องกับวิจัยของ Thitinadda (2022) ที่พบผลการวิเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกของกลุ่มบ้านแม่ปะแพะอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง สะท้อนถึงความสำคัญของการบูรณาการนวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์ การนำวัสดุย้อมสีธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ใบมะม่วง ใบส้มเกลี้ยง ครั่ง และใบหูกวาง ช่วยเพิ่มมูลค่าและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ การออกแบบลวดลายดอก

สัมเก็ลียง สัญลักษณ์ประจำชุมชน สะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในพื้นที่ และจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความทนทานและอายุการใช้งานของผ้าทอตีนจกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย ($\bar{X} = 4.50$) และการมองว่าคุณภาพของผ้าทอตีนจกมีความเหมาะสมกับราคา ($\bar{X} = 4.46$) ผลการศึกษาสะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นคุณภาพ ความคุ้มค่า และข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในด้านเหล่านี้จะสามารถสร้างความพึงพอใจและเพิ่มโอกาสทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Santos and Gonçalves (2021) ที่พบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ที่มีคุณค่า คุ้มค่ากับราคาที่ ต้องจ่าย และ การศึกษาของ Wu and Huang (2023) ที่ชี้ว่าคุณค่าที่ ผู้บริโภครับรู้ (perceived value) ทั้งในเชิงประโยชน์ใช้สอยและเชิงอารมณ์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

สรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการของกลุ่มทอผ้าตีนจกและทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่ปะแพะ ตำบลแม่ปะ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ค่อนข้างน้อยเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุยังไม่มี ความเชี่ยวชาญ รวมถึงการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีไม่ควรจะซับซ้อน จึงควรจัดอบรมหรือให้ความรู้ร่วมกับเยาวชนที่สนใจหรือคนในพื้นที่เพิ่มเติม เพื่อสร้างรายได้และยอดจำหน่ายให้กับกลุ่มเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้มีจำนวนมากยิ่งขึ้นตามยุคตามสมัยรวมทั้งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป ส่วนที่ได้รับการพัฒนาคือการออกแบบผ้าทอ

ตีนจกแสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ และยังเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านหน่วยงานราชการท้องถิ่น และมีการขยายฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Charoenmahavit, B. 2023. Local wisdom and natural resource management and environment. *Journal of Nisitwang* 25(2): 54-63. (in Thai)
- DeVellis, R. F. 2017. *Scale Development: Theory and Applications* 4th ed. SAGE Publications, Thousand Oaks, California. 280 p.
- Inkuer, A., N. Sangwalpetch, P. Suwannat and C. Mayusoh. 2024. Identity of traditional weaving: An exploration of consumer preferences and cultural significance. *International Journal of Advanced and Applied Sciences* 11(11): 180-186.
- Jamal, F. N., A. R. Solihudin, B. Gumelar, M. Rahmi, F. Rahmiati and E. Selina. 2024. Modeling consumer decisions for purchasing green products: Insights into environmentally conscious companies. *Journal of Green Economy and Low-Carbon Development* 3(2): 122-131.
- Lin, L., T. Jiang, L. Xiao, M. N. Pervez, X. Cai, V. Naddeo and Y. Cai. 2022. Sustainable fashion: Eco-friendly dyeing of wool fiber with novel mixtures of biodegradable natural dyes. *Scientific Reports* 12(1): 21040, doi: <https://doi.org/10.1038/s41598-022-25495-6>
- MedThai. 2020. *Neem (Azadirachta indica): Properties and 22 benefits of neem.*

- (Online). Available: <https://medthai.com/> (November 21, 2023). (in Thai)
- Pokkrong, J., J. Chaipratoom, N. Wongpongkham and S. Bhasiri. 2020. The value and inheritance of local weaving in Uttaradit Tai–Laos ethnic. *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 13(9): 751-765.
- Pradain, A. and P. Orkaew. 2024. Factors affecting consumer’s purchase intention to eco-product packaging for different generations in Thailand. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences* 22(2): 22262-22276.
- Prasongchan, N., N. Podkumnerd and K. Teeparuksapun. 2024. Development of natural dye from Palmyra Palm (*Borassus flabellifer L.*) to community fabric products. *Journal of Research Unit on Science, Technology and Environment for Learning* 15(1): 12-24. (in Thai)
- Rattanaphan, R. 2019. Fabric pattern design to further creative products of local culture in Phetchabun province. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University* 11(1): 32-38. (in Thai)
- Santos, S. and H. M. Gonçalves. 2021. The consumer decision journey: A literature review of the foundational models and theories and a future perspective. *Technological Forecasting and Social Change* 173: 121117, doi: 10.1016/j.techfore.2021.121117.
- Sittinoppan, P. 2021. Model development and value creation project for community textiles Suphanburi province (Community enterprise of Ban Sra Bua Kam Antique weaving group). *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)* 14(4): 128-141. (in Thai)
- Thaennonngiw, A. and F. Palinthorn. 2022. The development guidelines for community enterprise efficiency of silk weaving cooperative group in Ban Hua Fai, Po Daeng subdistrict, Chonnabot district, Khon Kaen province. *Journal of Community Development and Life Quality* 11(1): 1-10. (in Thai)
- ThailandScience Research and Innovation Promotion Office (TSRI). 2022. National science, research, and innovation plan 2023–2027. (Online). Available: <https://www.tsri.or.th/content/31/thailand-sri-plan/> (November 2, 2023). (in Thai)
- Thailand Textile Institute. 2024. Sustainable clothing production: A vital opportunity for the fashion industry. (Online). Available: <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.3354.1.0.html> (November 1, 2024). (in Thai)
- Thasuwat, N. and C. Kangvaravoot. 2024. The design and creation of pattern and mascot to express local identity and promote creative economy of Sam-Ngam Thabot subdistrict, Hankha district, Chainat province. *Journal of Social Sciences and Cultural* 8(6): 240-254. (in Thai)
- Thitinadda, J. 2022. Development of Loeng-Li Teen Jok Sinh fabric products using community cultural identity. *Journal of Communication and Social Innovation*, 10(1): 168-178. (in Thai)

Wu, C., and Y. Huang, 2023. Influence of perceived value on consumers' continuous purchase intention in live-streaming e-commerce-Mediated by consumer trust. *Sustainability* 15(5): 4432. <https://doi.org/10.3390/su15054432>
