

## ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร

### Factors Associated with Banpadeang Hand-Woven Fabrics Consumption Behavior of Teachers and Government Officials in Phichit Province

ศศิธร แดงแจ้ง\* อังคณา ขันตรีจิตทรานนท์\*\* และณฤมล ศรารพณ์ธู\*\*

Sasithorn Thangjang Angkhana Khantreejittranon and Narumon Saratapun

\* สาขาวิชาคหกรรมศาสตรศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\*\* ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐจังหวัดพิจิตร จำนวน 400 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach ได้เท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า 1) ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐมีพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยรวมอยู่ในระดับปฏิบัติเป็นบางครั้ง 2) การมุ่งใจทางการตลาด พบว่าด้านสถานที่ ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา อยู่ในกลุ่มมุ่งใจมาก 3) ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงไม่มีความสัมพันธ์ 4) ปัจจัยส่วนบุคคลกับการมุ่งใจทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการมุ่งใจทางการตลาดในด้านประสบการณ์ทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) การมุ่งใจทางการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง  
ผ้าทอมือบ้านป่าแดง

#### Abstract

The purposes of this research were to investigate consumption behavior and factors associated with consumption behavior of teachers and government officers in Phichit Province. This research applied a quantitative approach using a survey method. Simple random sampling technique was used for 400 sample size. Questionnaire was used for data collection. Cronbach's alpha reliability analyses were 0.95. Statistical analysis was utilized Percentage, Frequency, Mean, S.D., and Chi-squared test.

The study indicated as follows: 1) The consumption behavior of teachers and government officials of Banpadeang Hand-Woven Fabrics were at a practical level sometimes, 2) Marketing stimuli were found that the location, the conservation, promotion of Thai, product, and price were in a high motivational level, 3) Factors related to personal and consumption behavior of Banpadeang Hand-Woven Fabrics revealed not related, 4) Factors related to personal and marketing stimuli were related to marketing stimuli of work experiences with a high level of overall consumption with the statistical significance at the .05 level, and 5) Marketing stimuli were significantly related to the behavior of consumption in Banpadeang Hand-Woven Fabrics at the statistical significance of .001 level.

**Keywords:** Banpadeang Hand-Woven Fabrics consumption behavior, Banpadeang Hand-Woven Fabrics

## บทนำ

ผ้าทอมือที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในจังหวัดพิจิตร เป็นผ้ามัดหมี่ไหมประดิษฐ์ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ลาย เปาปูนจีน ลายขาเป๋ย ลายโบราณ และลายกระจุบ ปัจจุบัน แหล่งทอผ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นศูนย์การเรียนรู้การทอผ้า และลวดลาย คือ บ้านป่าแดง อำเภอดงพิกุล จังหวัดพิจิตร ทำให้ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดพิจิตรเป็นที่รู้จักกันในนาม “ผ้าทอ บ้านป่าแดง” ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ผ้ามัดหมี่ไหมประดิษฐ์ บ้านป่าแดงของจังหวัดพิจิตร เป็นผ้าทอพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างแพร่หลายมีทั้งแบบ ลวดลายเก่าและลวดลายประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ (Jitchinakul, 2010) นอกจากนี้ผ้าทอมือบ้านป่าแดงของจังหวัดพิจิตร มีการทออย่างประณีต สวยงาม สีสันไม่ตก หน้าผ้า มีความกว้างมากกว่าผ้าทอที่อื่น และราคาถูกกว่า ลวดลายผ้า คล้ายๆ กับผ้าของพื้นเมืองในท้องถิ่นอื่นๆ ซึ่งเป็นลวดลายที่ ทำกันมาแต่บรรพบุรุษ เช่น ลายเครือเถา ลายสัตว์ ลาย ดอกไม้ ลายเรขาคณิต และประเภทพิเศษที่มีตัวอักษรตามที่ ลูกค้าต้องการ จะดัดแปลงหรือประยุกต์แต่งเติมให้เป็นแบบ ของตน แต่ละครอบครัวที่ทอผ้าจะมีความชำนาญที่แตกต่าง กันออกไป (Ministry of Culture, 2015) และชาวบ้านป่าแดงตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของการทอผ้าจึงมีการ ปลูกฝังให้บุตรหลานได้เรียนรู้การทอผ้าจากครอบครัวเพื่อ เป็นการอนุรักษ์สืบทอดผ้าทอให้คงอยู่สืบไป

แนวทางหนึ่งในการอนุรักษ์ผ้าทอมือ คือ ส่งเสริม การใช้ในหลายรูปแบบ เช่น ตัดเป็นชุดทำงาน ของที่ระลึก ซึ่งอาชีพที่นิยมสวมใส่ผ้าทอมือ ส่วนใหญ่นั้น คือ อาชีพครู และเจ้าหน้าที่ของรัฐถือได้ว่าอาชีพที่มีการติดต่อสื่อสาร กับบุคคลทั่วไป เป็นอาชีพที่เป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์ และส่งเสริมผ้าทอมือได้เป็นอย่างดีและเป็นอาชีพที่สามารถ มองเห็นได้อย่างชัดเจน โดยจิตสำนึกของผู้ที่เป็นครูและ เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องประพฤติตนเป็นตัวอย่างที่ดีครูและ เจ้าหน้าที่ของรัฐสามารถเป็นตัวแทนในการอนุรักษ์ส่งเสริม ในการใช้ผ้าทอมือของไทยในโอกาสต่างๆ ให้แก่ผู้พบเห็นเช่น เรื่องการแต่งกายในพิธีต่างๆ (Thararuk, 2006) และครูนั้น ยังมีส่วนที่จะทำให้นักเรียนซึมซับแบบอย่างที่ดีเอาไว้ นอกจากนี้ครูยังถ่ายทอดความรู้ในการใช้ผ้าทอมือสอดแทรก ควบคู่ไปกับการเรียนการสอนได้ด้วย ตลอดจนเป็นเหตุผลที่ ช่วยปลูกฝังค่านิยมในการใช้ผ้าทอมือให้กับคนรุ่นใหม่สืบสาน วัฒนธรรมที่ดีต่อไป (Setthakasivit, 1998) และตามนโยบาย ของรัฐบาลที่มีการส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยและความเป็นไทย (Ministry of Culture, 2015) ตลอดจนประวัติศาสตร์ชาติ ไทย โดยส่งเสริมการใช้ผ้าไทย อาทิ วัฒนธรรมการแต่งกายด้วย ผ้าไทย ให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐสวมใส่ชุดผ้าไทยหนึ่งครั้ง ต่อสัปดาห์ เพื่อเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์ภูมิปัญญาของ

คนไทย ชุดผ้าไทยนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านความ สวยงาม การตัดเย็บที่มีความละเอียดอ่อน ประณีต และใน การตัดเย็บผ้าไทยนั้นขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้สวมใส่ ผ้าทอมือ บ้านป่าแดงนั้นมีลักษณะที่สวมใส่สบายระบายอากาศได้ดีจึง เหมาะกับการสวมใส่ในการสอน ในการทำงาน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า ครูและเจ้าหน้าที่ ของรัฐ จังหวัดพิจิตร มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้าน ป่าแดง เป็นอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่สัมพันธ์กับ พฤติกรรมดังกล่าวเพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ผลิตผ้าทอมือบ้าน ป่าแดง ผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ ของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ และเป็นแนวทางให้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดนิทรรศการและโครงการ อบรมแก่เยาวชนเพื่อเป็นการปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยมและ ความภาคภูมิใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดง เพื่อสืบสานวัฒนธรรมไทย

## วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของ ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร
2. การมุ่งใจทางการตลาดของผู้บริโภคผ้าทอมือ บ้านป่าแดง
3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและ เจ้าหน้าที่ของรัฐจังหวัดพิจิตร

## ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

ผลงานวิจัยมีประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตผ้าทอมือบ้านป่าแดง มีข้อมูลในการผลิต ผ้าและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของครูและ เจ้าหน้าที่ของรัฐ
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางในการจัด นิทรรศการและโครงการอบรมแก่เยาวชนเพื่อเป็นการปลูกฝัง จิตสำนึก ค่านิยมและความภาคภูมิใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ผ้าทอมือบ้านป่าแดง และการสืบสานวัฒนธรรมไทย

## นิยามศัพท์

**ผ้าทอบ้านป่าแดง** หมายถึง ผ้าทอมือซึ่งทอขึ้นใน ตำบลหนองพะยอม อำเภอดงพิกุล จังหวัดพิจิตร และเป็น ผ้าพื้นเมืองของไทยที่มีการผลิตด้วยกรรมวิธีการทอด้วยมือ เป็นผ้าไหมประดิษฐ์ มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มี ขนาดกว้าง สี่ไม่ตก

**พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่า**

**แดง** หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงรวมถึงการจัดหาจัดซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดง ตามขั้นตอนในการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ได้แก่

การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

**ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง** แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปฏิบัติงาน ประสบการณ์ทำงาน สภาพการอยู่อาศัย ของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในจังหวัดพิจิตรและการมุ่งใจทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย

**สมมติฐานการวิจัย**

ปัจจัยส่วนบุคคล และการศึกษาการมุ่งใจทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐจังหวัดพิจิตร

**ตารางที่ 1 การสุ่มจำนวนครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ**

| อำเภอ                | จำนวนครู | อำเภอ            | จำนวนเจ้าหน้าที่ของรัฐ |
|----------------------|----------|------------------|------------------------|
| อำเภอเมืองพิจิตร     | 45       | อำเภอเมืองพิจิตร | 24                     |
| อำเภอตะพานหิน        | 44       | อำเภอตะพานหิน    | 23                     |
| อำเภอโพธิ์ประทับช้าง | 44       | อำเภอวังทรายพูน  | 22                     |
| อำเภอลำลูกนก         | 44       | อำเภอบางมูลนาก   | 22                     |
| อำเภอบางมูลนาก       | 44       | อำเภอทับคล้อ     | 22                     |
| อำเภอสว่าง           | 44       | อำเภอสามโก้      | 22                     |
| รวม                  | 265      | รวม              | 135                    |

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร เป็นแบบสอบถามประเภทปลายเปิด (Open Ended) ได้แก่ อายุ รายได้ และการเลือกตอบ (Check List) ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปฏิบัติงาน ประสบการณ์ทำงาน และสภาพการอยู่อาศัย

**ตอนที่ 2** พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร สอบถามเกี่ยวกับการตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็น

**วิธีการวิจัย**

การวิจัยนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนประชากร 6,023 คน โดยใช้ตาราง Determining Sample Size From a Given Population ของ Krejcie and Morgan (citation Chattraporn, 2014) ซึ่งกำหนดไว้เพียง 364 คน กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งดำเนินการดังนี้

1. เนื่องจากจำนวนประชากรครู:เจ้าหน้าที่ของรัฐเท่ากับ 4,048:1,975 เทียบอัตรา เท่ากับ 2:1
2. สุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 อำเภอ จาก 12 อำเภอ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)
3. โดยการสุ่มจำนวนครูจาก 6 อำเภอได้จำนวนครูแต่ละอำเภอและการสุ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ของรัฐจาก 6 อำเภอได้จำนวนเจ้าหน้าที่ของรัฐดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

แบบเลือกตอบ 3 กลุ่ม โดยกำหนดค่า ได้แก่ ปฏิบัติเป็นประจำ ปฏิบัติเป็นบางครั้ง ไม่ปฏิบัติ

**ตอนที่ 3** การศึกษาการมุ่งใจทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มมุ่งใจมาก กลุ่มมุ่งใจปานกลาง กลุ่มมุ่งใจน้อย

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ช่วงวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2559 – 31 มกราคม พ.ศ. 2560 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์คืนกลับมา 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 การศึกษาการมุ่งใจทางการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 4 สมมติฐานการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การมุ่งใจทางการตลาดและพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร

ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสามในสี่ (76.8%) เป็นเพศหญิง มากกว่าสองในห้าเล็กน้อย (47.5%) มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 47.70 ปี เกือบสองในห้า (39.8%) มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท โดยมีรายได้เฉลี่ย 34,643.12 บาท ต่อเดือน สามในห้า (61.2%) จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี ส่วนใหญ่ (84.2%) เป็นข้าราชการ มากกว่าสองในห้า (42.5%) มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 21 ปี สองในสาม (65.5%) พักอาศัยอยู่บ้านตนเอง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง พบว่า การตระหนักถึงปัญหาพบว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จะซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงก็ต่อเมื่อต้องการนำไปตัดใช้ในโอกาสพิเศษต่างๆ (65.8%) รองลงมาจะซื้อ

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงก็ต่อเมื่อต้องการนำไปเป็นของขวัญ-ของที่ระลึกในโอกาสต่างๆ (65.5%) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuoolsriroj (2018) ที่พบว่า การตระหนักถึงความจำเป็นการนำความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและรูปแบบการจัดกิจกรรมต่างๆ การแสวงหาข้อมูล พบว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จะหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้าน ป่าแดงจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น เอกสารสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร (53.2%) รองลงมา จะสอบถามข้อมูล/ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงจากเพื่อนซื้อ (52.5%)

การประเมินทางเลือก พบว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยจะพิจารณาจากคุณลักษณะ ราคา เนื้อผ้า ลวดลาย สี สัน การดูแลรักษา คุณภาพสินค้า และสถานที่ (56.95%) รองลงมา เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงด้วยเหตุผล (56.52%)

การตัดสินใจซื้อพบว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซื้อโดยคำนึงถึงความพอใจของตนเองเป็นหลัก (58.3%) รองลงมา ซื้อโดยอาศัยคำแนะนำของผู้อื่นมาเป็นเหตุผลในการซื้อ (56.0%)

พฤติกรรมหลังการซื้อพบว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงแล้วพบว่ามีปัญหาจะกลับไปร้านที่ซื้อแล้วบอกปัญหาที่พบ (54.8%) รองลงมา เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงแล้วพบว่าดีจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อตาม (54.7%)

สรุปโดยภาพรวม พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง พบว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ

มีพฤติกรรมปฏิบัติเป็นบางครั้ง คือ ขั้นการตระหนักถึงปัญหา (59.96%) ขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ (51.53%) ขั้นการประเมินทางเลือก (49.61%) ขั้นการแสวงหาข้อมูล (49.41%) และขั้นการตัดสินใจซื้อ (43.52%) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง

(n=400)

| พฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง | ปฏิบัติเป็นประจำ | ปฏิบัติเป็นบางครั้ง | ไม่ปฏิบัติ |
|-------------------------------------|------------------|---------------------|------------|
| 1. ขั้นการตระหนักถึงปัญหา           | 19.82            | 59.96               | 20.22      |
| 2. ขั้นการแสวงหาข้อมูล              | 26.18            | 49.41               | 24.40      |
| 3. ขั้นการประเมินทางเลือก           | 38.82            | 49.61               | 11.57      |
| 4. ขั้นการตัดสินใจซื้อ              | 41.82            | 43.52               | 14.66      |
| 5. ขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ          | 33.36            | 51.53               | 15.10      |
| รวม                                 | 32.00%           | 50.80%              | 17.19%     |

ตอนที่ 3 การศึกษาการจูงใจทางการตลาด การจูงใจทางการตลาดที่ศึกษาในการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคครั้งนี้ ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย

#### ด้านผลิตภัณฑ์

เนื้อผ้าพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประเด็น ของเนื้อผ้าจูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยรวมกลุ่มจูงใจมาก คือ จะพิจารณาความสวยงาม มีความประณีตในการผลิตเป็นอันดับแรกสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Janan (2015) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เนื้อผ้าและผิวสัมผัสของผ้า มีส่วนจูงใจให้ผู้สูงอายุสตรีบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระดับมาก คือ เนื้อผ้านุ่ม ไม่หยาบระคายผิว เนื้อผ้าที่สามารถระบายอากาศได้ดี ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น สีสันทัน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สีสันทันจูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยรวมในระดับมาก คือ จะพิจารณาลักษณะของสี ความปลอดภัยต่อการสวมใส่ ความสม่ำเสมอของสี สีความกลมกลืน เนื่องจาก สีสันทันของเสื้อผ้า มีอิทธิพลต่อการแต่งกาย บอกถึงอุปนิสัยและบุคลิกของผู้สวมใส่ การใช้สีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้สวมใส่และสีสามารถช่วยส่งเสริมทำให้ดูดีขึ้นได้ (Kongkachuichai, 2003) ดังเช่นงานวิจัยของ Janan (2015) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สีสันทันของเนื้อผ้า จูงใจให้ผู้สูงอายุสตรีบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระดับมาก คือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่มีสีอ่อน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่มีสีสดใสลวดลายพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ลวดลาย จูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงในกลุ่มจูงใจมาก คือ ลวดลายเฉพาะท้องถิ่น และการดูแลรักษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษา จูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยภาพรวมในกลุ่มจูงใจมาก คือ จะพิจารณาการซักกรีดทำได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Majumpa (2010) ที่พบว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของคนอ้วนมาก ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสบายในการสวมใส่ และการดูแลรักษา

#### ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา จูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือ บ้านป่าแดงโดยรวมกลุ่มจูงใจมาก คือ จะพิจารณาราคาเหมาะสมกับวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงแต่ละชนิด ราคาเหมาะสมกับความประณีตของฝีมือการทอ ราคาเหมาะสมความละเอียดของลวดลาย ราคาเหมาะสมกับกรรมวิธีในการทอ ราคาที่มีมาตรฐาน/มีราคาที่แน่นอน ราคาเหมาะสมกับสีที่ใช้อยู่ มีหลายระดับ

ราคาที่สามารถเลือกได้ตามความต้องการใช้สอยและกำลังซื้อ และราคาที่สามารถต่อรองได้ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในงานทางการตลาด ในที่นี้ราคาประกอบด้วยการกำหนดราคาขายและเงื่อนไขต่างๆ ในการขาย ซึ่งได้แก่ การให้ส่วนลด ส่วนคืน ระยะเวลาในการชำระเงิน และวงเงินสินเชื่อ (Manjeng and Yobuakal, 2007)

#### ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า การจูงใจทางการตลาดด้านสถานที่จูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยรวมในกลุ่มจูงใจมาก คือ จากแหล่งผลิตโดยตรงได้ราคาที่เป็นธรรมไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และมีผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดงให้เลือกหลากหลาย

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า การจูงใจทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยรวมในกลุ่มจูงใจมาก คือ การได้รับรางวัลจากการประกวดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดง พนักงานขายมีความรู้และให้ข้อมูลในการอธิบายหรือตอบข้อสงสัยการจัดงานราตรีอนุรักษ์ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านป่าแดง

#### ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย จูงใจให้ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงโดยรวมกลุ่มจูงใจมาก คือ จะพิจารณาผู้นำหน่วยงานต่างๆ ควรเป็นแบบอย่างในการสวมใส่ผ้าไทย ควรส่งเสริมให้มีการใช้ผ้าทอมือบ้านป่าแดงในโอกาสต่างๆ แต่ละจังหวัดควรมีพิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณของท้องถิ่น หน่วยงานรัฐบาลหรือเอกชนควรสนับสนุนการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย รัฐบาลควรส่งเสริมด้านการตลาดให้แพร่หลายทั้งตลาดในประเทศและนอกประเทศ การใช้ผ้าไทยเป็นการสนับสนุนสินค้าไทย ผ้าไทยเป็นเอกลักษณ์ที่ภาคภูมิใจของคนไทย การใช้ผ้าไทยเป็นการส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้แก่ผู้ทอผ้า และควรสนับสนุนให้มีการออกแบบลวดลายที่มีความละเอียดซับซ้อนมากขึ้น

สรุปโดยภาพรวม การจูงใจทางการตลาดอยู่ในกลุ่มจูงใจมาก พบว่า ปัจจัยที่มีการจูงใจในกลุ่มจูงใจมาก คือ ด้านสถานที่ จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.75 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 และด้านราคา จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การศึกษาการจูงใจทางการตลาด

(n=400)

| ลำดับที่ | การศึกษาการจูงใจทางการตลาด            | จำนวน | ร้อยละ | กลุ่ม |
|----------|---------------------------------------|-------|--------|-------|
| 1        | ด้านสถานที่                           | 355   | 88.75  | มาก   |
| 2        | ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย | 325   | 81.25  | มาก   |
| 3        | ด้านการส่งเสริมการตลาด                | 320   | 80.0   | มาก   |
| 4        | ด้านผลิตภัณฑ์                         | 304   | 76.0   | มาก   |
| 5        | ด้านราคา                              | 246   | 61.5   | มาก   |

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลการจูงใจทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร พบว่า เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปฏิบัติงาน และสภาพการอยู่อาศัยไม่มีความสัมพันธ์กับการจูงใจทางการตลาดแต่พบว่าประสบการณ์การทำงานมีความสัมพันธ์กับการจูงใจทางการตลาด

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง

**การจูงใจทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค**

#### ผ้าทอมือบ้านป่าแดง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธ (reject) สมมติฐานว่าง แสดงว่า การจูงใจทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $\chi^2 = 20.674$ ) กล่าวคือ ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร ที่พิจารณาเห็นว่าการจูงใจทางการตลาดมีส่วนจูงใจในระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงในระดับปฏิบัติเป็นบางครั้ง มีสัดส่วนสูงกว่า ครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่พิจารณาเห็นว่าการจูงใจทางการตลาดมีส่วนจูงใจในระดับมาก

สรุปโดยภาพรวมพบว่า ความสัมพันธ์การจูงใจทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร ในทุกด้าน

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ผู้ผลิต ควรคำนึงถึง คุณภาพ ในเรื่องเนื้อผ้า สวยงาม ประณีต ทนทาน อยู่ตัว สีสันทน มีความสม่ำเสมอ กลมกลืน สีไม่ตก ปลอดภัยในการสวมใส่ สิ่งแวดล้อม ราคา มีมาตรฐาน มีให้เลือกตามกำลังซื้อการใช้สอย ลวดลาย ลวดลายเฉพาะท้องถิ่น มีความหลากหลาย ลายธรรมชาติ อนุรักษ์ลายดั้งเดิม และการดูแล

2. ผู้จำหน่าย ให้ความรู้กับพนักงานขายถึงลักษณะเฉพาะของผ้าทอ กำหนดราคาที่มีมาตรฐานและมีให้เลือกตามกำลังซื้อ จำหน่ายโดยตรง ไม่มีพ่อค้าคนกลาง และสถานที่ขายสะดวกต่อการเลือกชม

3. หน่วยงานภาครัฐ ส่งเสริมให้มีการประกวดผลิตภัณฑ์ผ้า มีการสาธิตการทอผ้าในการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับอนุรักษ์ความเป็นไทย ส่งเสริมให้ใส่ผ้าทอในหน่วยงานต่างๆ และส่งเสริมในด้านการตลาดทั้งในและนอกประเทศ

##### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของผู้บริโภคอาชีพอื่นๆ เช่น หน่วยงานเอกชน ประชากรทั่วไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมในการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดง ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น การรับรู้ ความต้องการ ทัศนคติ บุคลิกภาพ และปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคม

2. การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคผ้าทอมือบ้านป่าแดงของครูและเจ้าหน้าที่ของรัฐ จังหวัดพิจิตร ควรมีวิธีการและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ โดยใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์แบบสั้นๆ กระชับ จำนวนข้อไม่มากจนเกินไป รวมไปถึงภาพประกอบในการสอบถามเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจในคำถาม และให้ตรงวัตถุประสงค์

3. ควรศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผ้าทอมือบ้านป่าแดงเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน

## References

- Chattraporn, S. (2014). *Opinions towards Thai Fabric Products of Home Economics Teachers, Vocational Education Commission*. Master of Arts (Home Economics Education), Major Field Home Economics Education. Kasetsart University. [in Thai]
- Janan, A. (2015). *Factors Related to Consumption Behavior on Ready-made Clothes of Elderly Women in Bangkok*. Master of Arts (Home Economics Education), Major Field Home Economics Education. Kasetsart University. [in Thai]
- Jitchinakul, K. (2010). *Local Textile Patterns: From Household to Business Sections*. Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce. [in Thai]
- Kongkachuichai, S. (2003). *Falling Art*. Bangkok: O.S. The Printing House. [in Thai]
- Koolsriroj, U. (2018) *Professional development model for English language teachers using coaching and mentoring process*. Kasetsart Educational Review, 33(1), 189. [in Thai]
- Majumpa, A. (2010). *Product Attributes which Influence the Decision Making of Purchasing Ready Made Clothes for Obese People in Nonthaburi Province*. Master of Business Administration, Major Field Business Administration, Young Executive MBA Program, Independent Study. Kasetsart University. [in Thai]
- Manjeng, S. and Yobuakal, K. (2007). *Marketing Promotion*. 1st edition. Bangkok: se-ed. product-published. [in Thai]
- Ministry of Culture. (2015). *Banpadeang Hand-Woven Fabrics*. Retrieved from <http://www.m-culture.in.th>. [in Thai]
- Setthakasivit, N. (1998). *Knowledge on Thai Fabrics of the Secondary Schools Teachers, Ministry of Education, Bangkok Metropolis*. Master of Arts (Home Economics Education), Major Field Home Economics Education. Kasetsart University. [in Thai]
- Thararuk, N. (2006). *Factors Related to Surin-Silk Consumption Behavior of Public Secondary School Teachers in Surin Province*. Master of Arts (Home Economics Education), Major Field Home Economics Education. Kasetsart University. [in Thai]