

การวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี

FACTOR ANALYSIS OF GUIDELINES FOR DEVELOPING PRODUCTS FROM PHU-AKHANEE CLOTH

รินทร์หทัย กิตติธนาจรณ์¹ และพรนภา ทะยะ²

Rinhathai Kitthanarut¹ and Phonnapha Taya²

^{1,2}คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

^{1,2}Faculty of Sciences, Buriram Rajabhat University

Received: August 24, 2018 / Revised: December 26, 2018 / Accepted: January 11, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principle Component Analysis: PC) และใช้การหมุนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax Method)

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี จากตัวแปร 14 ตัวแปร มีค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลดีน (KMO) เท่ากับ 0.855 และค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 4266.097 ทำการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal component analysis: PC) และใช้การหมุนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax Method) พบว่า 'ได้องค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.128 ถึง 6.848 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 79.480 ได้ทั้งหมด 4 องค์ประกอบ และเมื่อพิจารณาความเหมาะสมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่เกินค่า 0.30 แล้วจะได้้องค์ประกอบออกที่ใช้ได้จริงทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยสามารถอธิบายความหมายขององค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบได้ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 คือ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี องค์ประกอบที่ 2 คือ ลักษณะการจัดจำหน่าย องค์ประกอบที่ 3 คือ การประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบที่ 4 คือ ราคาของผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี และจากการศึกษารูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี เพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคพบว่า มุ่งเน้นในกลุ่มของเครื่องนุ่งห่มโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นเสื้อผ้าที่มีราคาอยู่ในช่วง 101-300 บาท

คำสำคัญ: ผ้าภูอัคนี การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

This study aimed to analyze components of guidelines for developing products from Phu-Akhanee cloth. The research sample consisted of 400 tourists who came to visit tourist attractions in Buri Ram province, obtained by accidental sampling. The employed research instrument was a questionnaire composing of four parts. The statistics employed for data analysis were the frequency, percentage, mean, standard deviation, and exploratory factor analysis using principal component analysis (PC) and orthogonal rotation by Varimax method.

The research revealed that the analysis of 14 component factors of guidelines for developing products from Phu-Akhanee cloth resulted in having the Kaiser Mayer Oltin (KMO) value of 0.855, and the chi-square (χ^2) value of 4266.097. Regarding results of the principal component analysis, and orthogonal rotation by Varimax method, it was found that there were four components, with the range of Eigen value at 1.128 - 6.848, and cumulative variance value of 79.480 percent. When each component with more than 0.30 of weight value was considered, all four components could be employed. The four components were as follows: Component 1 was the features of products from Phu-Akhanee cloth; Component 2 was the sale management; Component 3 was the public relations; and Component 4 was the price of products from Phu-Akhanee cloth. Furthermore, from the study of the model of processing products from Phu-Akhanee cloth to comply with the consumers' needs, it was found that the products were focused on a group of apparel, especially the product of shirts with prices at the range of 101 - 300 baht.

Keywords: Phu-Akhanee cloth, Product development

บทนำ

จังหวัดบุรีรัมย์ถือเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงว่ามีผ้าทอพื้นเมืองที่มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นนับเป็นแหล่งผลิตผ้าทอพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย (Siriumphankul, 2005) ผ้าทอเป็นภูมิปัญญาล้ำค่าของบรรพชนที่สืบทอดต่อเนื่องกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีความหลากหลายทั้งรูปแบบลวดลายและสีสันทันแต่ต่างกันไปตามความเชื่อและประเพณีวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าแพรวา เป็นต้น

กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเจริญสุข ตำบลเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอีกหนึ่งหมู่บ้านที่มีการทอผ้าไหม

และผ้าฝ้ายที่มีชื่อของจังหวัด “ผ้าภูอัคนี” หรือ “ผ้าย้อมดินภูเขาไฟ” ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านในการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นกรรมวิธีในการย้อมสีผ้าให้ออกมามีสีสันสวยงามอย่างมีเอกลักษณ์ ด้วยการนำผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมไปย้อมกับดินภูเขาไฟโดยสืบทอดวิธีการทอผ้ามาจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลานเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้จากคนในชุมชนด้วยกัน ตั้งแต่การทอผ้าไหม การทอผ้าฝ้าย โดยผู้ที่มีฝีมือการทอผ้าที่ได้รับการยอมรับจากชุมชน ใช้บ้านตนเองเป็นสถานที่ตั้งกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองและเป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและผ้าฝ้ายจากสมาชิกในหมู่บ้าน มีทั้งผ้าผืน และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ

เสื้อผ้ารูปแบบต่างๆ และผ้าพันคอแต่ในช่วงเวลาที่ผ่านมาพบว่า ยอดขายผลิตภัณฑ์ยังน้อยอยู่แม้ว่าปัจจุบันกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเจริญสุขจะมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าของชุมชนแต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายและยังไม่มีที่รู้จัก สินค้าที่วางจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปเป็นผ้าพันคอ ซึ่งมียอดขายอ้างอิงจากปี 2560 เป็นจำนวน 720,000 บาท เฉลี่ยต่อเดือนจะอยู่ที่ 36,000 บาท อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันลักษณะของสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผ้าภูอัคนีมาสร้างสรรค์ ทำการแปรรูปที่มีอยู่ในชุมชนนั้น มักจะมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมือนเดิมและคล้ายคลึงกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ไม่มีการริเริ่มพัฒนา และออกแบบให้เกิดความแตกต่างแปลกใหม่หรือน่าสนใจ ทำให้แต่ละกลุ่มภายในหมู่บ้านทำการผลิตสินค้าที่แปรรูปจากผ้าภูอัคนีในรูปแบบเดิมๆ ออกมามากเกินความจำเป็น ทำให้ลักษณะของผลงานที่ได้ไม่ได้รับการปรุงแต่งและพัฒนาตามกระแสของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน อีกทั้งจากสภาวะการค้าในปัจจุบันการแข่งขันในเรื่องการตลาดนับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นอันเนื่องมาจากผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งในรูปแบบที่พึงพอใจ มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันเพื่อที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

จากข้อมูลข้างต้นที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยเล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นจึงต้องการที่จะศึกษาองค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยวิเคราะห์องค์ความรู้ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาดและเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ๆ นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปให้หันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผ้าภูอัคนีมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

บททวนวรรณกรรม

จากอดีตถึงปัจจุบันชาวชนบทได้ใช้สติปัญญาของตน สังสมความรู้เพื่อการดำรงชีวิตมาตลอด และมักถ่ายทอดสติปัญญาเหล่านั้น จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งจนกลายเป็นพื้นฐานของความรู้ของชาวบ้านที่เรียกกันว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Chunsoon, 1993) โดยเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่กับสังคมมนุษย์มาช้านานและเป็นการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่น โดยมีการปรับสภาพการดำเนินชีวิตให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมตามกาลเวลา ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ เป็นองค์ความรู้ที่มีการเชื่อมโยงกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาชีพ เศรษฐกิจ ความเป็นอยู่และวัฒนธรรม (Wasi, 1987) คำว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้านเรียกชื่อแตกต่างกันแต่มีความหมายเดียวกันและเป็นแนวคิดที่มีการหยิบยกขึ้นมาอย่างจริงจังมากกว่า 20 ปีโดยประมาณ ซึ่งกลุ่มพัฒนาองค์การเอกชนที่ทำงานในระดับหมู่บ้านเป็นกลุ่มแรกที่เริ่มรื้อฟื้นเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ เพื่อค้นหาคุณค่าที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาที่พวกเขารับผิดชอบอยู่ก่อนหน้าที่จะศึกษาเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างจริงจังนั้น ได้มีการศึกษาเรื่องราวทำนองนี้ แต่เรียกชื่อว่าเป็นการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนหรือการพึ่งพาตนเองของชาวบ้าน ทำให้ประเด็นสำคัญในการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นยังไม่ได้นำมาใช้ในการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ ทั้งนี้ความสนใจแรกเริ่มนี้จึงเป็นเพียงการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักในภูมิปัญญาชาวบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Iamsun-ong & Siltrakul, 1990) แต่ในปัจจุบันได้มีนักวิชาการทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

ให้ความสนใจในเรื่องการศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านมากขึ้น เห็นได้จากจำนวนงานวิจัยต่างๆ รวมไปถึงการนำมาใช้ในการปรับหลักสูตรทางวิชาการ ตลอดจนการศึกษาการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาองค์การชุมชนอย่างชัดเจนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้ชาติและชุมชนผ่านพ้นวิกฤตและดำรงความเป็นชาติหรือชุมชนได้ ซึ่งภูมิปัญญาเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าและความดีงามที่จรจโรงชีวิตและวิถีชุมชนให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและสมดุล อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานการประกอบอาชีพและเป็นรากฐานการพัฒนาที่เริ่มจากการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเอง การพัฒนาเพื่อการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และการพัฒนาที่เกิดจากการผสมผสานองค์ความรู้สากลบนฐานภูมิปัญญาเดิมเพื่อเกิดเป็นภูมิปัญญาใหม่ที่เหมาะสมกับยุคสมัย ดังนั้น ภูมิปัญญาจึงมีคุณค่าไม่เพียงแต่ต่อท้องถิ่นและผู้คนเท่านั้น แต่ยังเอื้อประโยชน์อย่างใหญ่หลวงต่อการวางแผนพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนอีกด้วย (Department of Agriculture, 2010) ภูมิปัญญาท้องถิ่นถือเป็นองค์ความรู้ที่มีความหมายเช่นเดียวกับองค์ความรู้พื้นบ้าน (Keyes, 1989 cited in Wattanapoot, 1997) ได้ให้ความหมายของระบบความรู้พื้นบ้านว่าหมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ทักษะที่ได้พัฒนาต่อกันมาโดยชาวบ้านเพื่อที่จะสามารถนำเอามาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันซึ่งมีความหมายเช่นเดียวกับความคิดหรือระบบคิดเชิงปฏิบัติ (Practical Thought) มีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการปรุงอาหาร การสร้างบ้าน การรักษาพยาบาล หรือการจัดสรรบทบาททางสังคม และการจัดความสัมพันธ์ทางสังคม ระบบความรู้พื้นบ้านจะดีหรือจะมีประสิทธิภาพอย่างไรจะต้องวัดกันที่ว่าสิ่งนั้นเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตประจำวันมากน้อยเพียงใด

วิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบค่าประชากรที่แท้จริง แต่จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2559 ทำให้ทราบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 32,588,303 คน (Department of Tourism, 2016) ดังนั้นจึงใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จากสูตร $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ ยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ 5% จะได้ขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่เก็บมีความหลากหลายด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีได้ ทำการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นที่นิยมในจังหวัดบุรีรัมย์

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยในแบบสอบถามดังกล่าวจะประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close – Ended Question) คือ เลือกตอบเพียงข้อเดียว และแบบคำถามปลายเปิด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน

การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาความเชื่อมั่นในวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิศึกษา ผักกูดคั้น ไปทดสอบหาความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวที่มายังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 30 ราย แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบราคพบว่า แบบสอบถามการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา ผ้าภูอัคนี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม พ.ศ. 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงเป็นความถี่และทำการวิเคราะห์เป็นร้อยละ (Frequency and Percentage)

2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีการสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) และหมุนแกนองค์ประกอบตั้งฉากด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax) โดยพิจารณาตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.3 หรือมี Cross Loading มากกว่า 1 องค์ประกอบจะถูกตัดทิ้ง และตัวบ่งชี้ที่ยังอยู่ในโมเดลจะต้องมีค่าไอแกน (Eigen value) มากกว่า 1.0 ตาม (Hair et al., 2010)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.2) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 64.0) มีภูมิลำเนาที่ไม่ใช่จังหวัดบุรีรัมย์ (ร้อยละ 53.8) มีอายุ 26-35 ปี (ร้อยละ 36.0) มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.0) มีอาชีพข้าราชการ (ร้อยละ 34.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

(ร้อยละ 28.2)

2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีพบว่า ส่วนใหญ่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี (ร้อยละ 84.5) โดยมีวัตถุประสงค์ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก (ร้อยละ 43.5) สำหรับสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีจากร้านจำหน่ายสินค้าผ้าทอบุรีรัมย์ (ร้อยละ 51.6) เมื่อพิจารณาความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ส่วนใหญ่มาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แล้วผ่านมาซื้อ (ร้อยละ 77.4) โดยส่วนใหญ่มาซื้อครั้งจึ่งจะซื้อ (ร้อยละ 77.5) สำหรับการใช้เงินเฉลี่ยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ส่วนใหญ่ใช้เงินเฉลี่ยต่อการซื้อจำนวน 301-600 บาท (ร้อยละ 29.0) โดยปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าภูอัคนีจากราคา (ร้อยละ 69.3)

3. ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี

การศึกษาปัญหาและประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ประกอบไปด้วย 4 ด้าน โดยมีคะแนนตั้งแต่ 1 (น้อยที่สุด) ถึง 5 (มากที่สุด) พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ จะเน้นไปที่รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) โดยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.29$) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X} = 3.28$) ส่วนความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.10$) แต่ยังคงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นเดียวกับด้านราคา จะเน้นไปที่ความเหมาะสมของราคา การติดป้ายราคาชัดเจนพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$) โดยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาผลิตภัณฑ์

มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ($\bar{X} = 3.11$) รองลงมาคือ ผลผลิตภัณฑิตราคาขายไวซ์ดเจนต่อการขาย ($\bar{X} = 2.98$)

ด้านช่องทางการจำหน่าย เน้นไปที่พื้นที่การจัดจำหน่าย การเข้าถึงผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.74$) โดยความพึงพอใจต่อผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงที่สุดคือ มีการจัดเรียงผลผลิตภัณฑิตราคาเป็นหมวดหมู่และง่ายต่อการเลือกซื้อ ($\bar{X} = 2.82$) รองลงมาคือ สามารถดูรายละเอียดของผลผลิตภัณฑิตราคาและสถานที่จำหน่ายผลผลิตภัณฑิตราคาผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ได้ ($\bar{X} = 2.77$) ส่วนความพึงพอใจต่อผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนี ด้านช่องทางการจำหน่ายที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ สถานที่จำหน่ายผลผลิตภัณฑิตราคาอยู่ไม่ไกลมากนัก ($\bar{X} = 2.69$) แต่ยังคงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

ด้านส่งเสริมการตลาด เน้นไปที่การโฆษณาโปรโมชันและการให้บริการลูกค้าพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$) โดยความพึงพอใจต่อผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงที่สุดคือ พนักงานขายยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ ($\bar{X} = 3.08$) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.05$) ส่วนความพึงพอใจต่อผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีด้านส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ มีการโฆษณาผลผลิตภัณฑิตราคาและสถานที่จำหน่ายเหมาะสม ($\bar{X} = 3.04$)

4. ความต้องการผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนี

การศึกษาความต้องการผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีประกอบไปด้วยความต้องการผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีจำนวน 12 รูปแบบ โดยเรียง 3 อันดับแรก พบว่า

อันดับที่ 1 ต้องการผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีในรูปแบบเสื้อ (ร้อยละ 88.5) โดยต้องการให้มีราคา 101-300 บาท (ร้อยละ 62.7)

อันดับที่ 2 ต้องการผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีในรูปแบบเดรส (ร้อยละ 52.0) โดยต้องการให้มีราคา 301-500 บาท (ร้อยละ 56.2)

อันดับที่ 3 ต้องการผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนีในรูปแบบกางเกง (ร้อยละ 37.5) โดยต้องการให้มีราคา 301-500 บาท (ร้อยละ 78.7)

5. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลผลิตภัณฑิตราคาจากผ้าภูอัคนี โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีการสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) และหมุนแกนองค์ประกอบตั้งฉากด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax) โดยพิจารณาตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.3 หรือมี Cross Loading มากกว่า 1 องค์ประกอบจะถูกตัดทิ้ง และตัวบ่งชี้ที่ยังอยู่ในโมเดลจะต้องมีค่าไอแกน (Eigen value) มากกว่า 1.0 (Hair et al., 2010) ได้ผลดังนี้

การทดสอบค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลดีน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลตต์ (Bartlett's Test of Sphericity)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูลคือ ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลดีน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลตต์ (Bartlett's Test of Sphericity) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of sphericity		
	Chi-Square	Df	Sig.
0.855	4266.097	91	0.000

จากตารางที่ 1 แสดงถึงค่า Kaiser-Meyer- Olkin = 0.855 ซึ่งมากกว่า 0.800 (Hair et al., 2010) สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลของการวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีนั้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ค่าประมาณการทางสถิติของ Bartlett's Test of Sphericity. Chi-Square = 4266.097 และค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่างๆ ทั้ง 14 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี

การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis) เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีจะได้องค์ประกอบ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่องค์ประกอบของแบบสอบถามการวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	6.848	48.914	48.914
2	1.973	14.090	63.004
3	1.179	8.422	71.426
4	1.128	8.054	79.480

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าไอเกน > 1 จึงสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรต่างๆ ทั้งหมด 14 ตัวแปรนั้น สามารถจัดได้เป็น 4 องค์ประกอบ มีพิสัยค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.128 ถึง 6.848 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 79.480

การหมุนแกนองค์ประกอบ

ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมูมจากด้วยวิธีแวนไดมิง สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ได้ทั้งหมด 4 องค์ประกอบ โดยพิจารณาความเหมาะสมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่า 0.30 ขึ้นไป ไม่ว่าจะมีความหมาย - หรือ + จากนั้นพิจารณาองค์ประกอบจะเลือกน้ำหนักสูงสุดขององค์ประกอบนั้น ดังนั้นสามารถอธิบายองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ได้ทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 5 ตัวแปร มีค่าไอเกน เท่ากับ 6.848 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.647 ถึง 0.851 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี

องค์ประกอบที่ 2 มี 4 ตัวแปร มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.973 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.515 ถึง 0.850 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ลักษณะการจัดจำหน่าย

องค์ประกอบที่ 3 มี 3 ตัวแปร มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.179 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.862 ถึง 0.891 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบที่ 4 มี 2 ตัวแปร มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.128 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.839 ถึง 0.852 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ราคาของผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี

อภิปรายและสรุปผล

ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนี ได้สร้างเงื่อนไขขอบเขตในการออกแบบเพื่อให้ชุมชนเข้าใจและตระหนักว่า ผ้าภูอัคนีไม่ว่าจะเป็นผ้าเก่าหรือสวดลายที่ล้าสมัย ถ้าเพิ่มเติมคุณค่า และองค์ความรู้ในการออกแบบจะสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบแนวทางและวิธีคิดให้ก่อเกิดการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ได้เสมอ โดยได้นำเอาผ้าภูอัคนีที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมในปัจจุบันมาประยุกต์ออกแบบสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการแปรรูป รวมถึงการออกแบบและผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ได้มุ่งเน้นไปเป็นการออกแบบแบบก้าวกระโดดหรือมีความยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป แต่มีความประสงค์เพื่อให้ชาวบ้านและคนในชุมชนมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งสามารถต่อยอดผลงานด้วยตนเองและมีความเหมาะสมตรงความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Keatvipak (2016) ที่พบว่าการออกแบบและพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นการต่อยอดสินค้าทำให้เกิดความหลากหลาย แปลกใหม่ ดึงดูดคนให้สนใจ สินค้าเหมาะสมกับยุคสมัยและเป็น

ที่ยอมรับในตลาดปัจจุบัน จากแนวทางที่กล่าวมาข้างต้น ได้ทำการสำรวจตามแผนการดำเนินงานวิจัยและผลการสำรวจได้ผลตอบรับที่ก่อให้เกิดปัญหาและส่งผลถึงขั้นตอนและเหตุผลว่า ทำไมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าภูอัคนีในชุมชนถึงยังไม่พัฒนาและเติบโตไปในทิศทางที่ควรจะเป็น ทั้งที่ชุมชนเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มีศักยภาพ มีความสามารถ และมีองค์ความรู้ทางศิลปหัตถกรรมการย้อมผ้าจากดินภูเขาไฟ ซึ่งส่งผลกระทบอย่างช้าๆ และเนิ่นนานจนทุกวันนี้ กลายเป็นปัญหาที่ยากกว่าการแก้ไข ในการปรับทัศนคติของคนในชุมชน และจากการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าภูอัคนีจะเห็นได้ว่า รูปแบบการพัฒนาแทบจะไม่มีที่น่าสนใจ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอและจัดจำหน่ายแทบไม่มีผลงานอะไรที่แปลกใหม่หรือดึงดูดผู้บริโภค โดยผลจากการลงพื้นที่พบว่า กลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าภูอัคนีไม่มีความประสงค์จะพัฒนาและต่อยอดในการออกแบบ โดยให้เหตุผลว่า งานแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ทำอยู่ปัจจุบันมีจำนวนมากแล้ว จึงไม่ยากที่จะทำการพัฒนาแปรรูปสินค้าเพิ่มเติมอีก รวมทั้งปัจจุบันมีร้านที่ขายสินค้าหลากหลายแล้ว การให้เหตุผลดังกล่าวทำให้สามารถสรุปถึงเหตุผลและปัญหาได้ว่าเป็นเพราะเหตุใดการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าภูอัคนี จึงมีการพัฒนาค่อนข้างช้าและไม่ทันทั่วถึงที่ต่อยอดสมัย เป็นเพราะกลุ่มผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายไม่ยอมรับการพัฒนา ไม่เปิดใจรับข้อมูลใหม่ๆ โดยมองว่าเป็นภาระมีความยุ่งยากและไม่สามารถทำได้ จึงทำการสร้างผลงานออกมาในรูปแบบเดิมด้วยความชำนาญและไม่อยากเปลี่ยนแปลงการทำงานที่ผ่านมา โดยจากการสำรวจเห็นได้ว่า ทิศทางความต้องการผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นในกลุ่มของเครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากลักษณะการแปรรูปของผ้าที่ต้องใช้เทคนิคการตัดเย็บ และสามารถแสดงถึงความงดงามที่เกิดจากผ้าภูอัคนีได้อย่างชัดเจนที่สุด มีการพัฒนามุ่งเน้นไปยังกลุ่มเสื้อผ้า (รูปแบบของเสื้อผ้า) ในการสร้างสรรค์มุ่งประเด็นไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยทำงาน เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่าง โดยแนวทางในการ

ต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์คือ เน้นรูปแบบที่ทันสมัย เป็นที่นิยมขึ้นชอบเพื่อให้รูปแบบมีการเปลี่ยนแปลง ตามยุคตามสมัยได้อย่างเหมาะสม และเป็นที่ต้องการของ

กลุ่มผู้บริโภค แต่ใช้วัสดุจากผ้าภูอัคนีเป็นวัสดุหลัก ในการออกแบบและแปรรูปเป็นสำคัญ

References

- Chunsoon, S. (1993). *Wisdom with rural development*. Bangkok: Wisdom Foundation. [in Thai]
- Department of Agriculture. (2010). *Introduction to Local Wisdom*. Bangkok: Department of Agricultural Extension. [in Thai]
- Department of Tourism. (2016). *Tourist statistics*. Retrieved March 15, 2016, from <http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php> [in Thai]
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Iamsong, C. & Siltrakul, W. (1990). *Folk wisdom Folk technology*. Nonthaburi: Publisher Sukhothai Thammathirat University. [in Thai]
- Keatvipak, K. (2016). Study and Development Applies Products from Cotton Hand Made to Products Design, Case Study: The Cotton Hand Weaving Groups at Donluang Village, Amphur Pasang, Lamphun Province. *The Fine & Applied Arts Journal*, 11(1), 13-51. [in Thai]
- Muangchun, K. (2000). *ASEAN Economic Crisis: Impact on the Thai Textile Industry*. Bangkok: Thai Thesis. [in Thai]
- Patimapornthep, K. (1998). *The promotion of Thai wisdom in educational management*. Bangkok: Pimdee. [in Thai]
- Siriumphankul, P. (2005). *The research project on tourist services to sell souvenirs in the South east*. Bangkok: Thailand Research Fund. [in Thai]
- Wasi, P. (1987). The creative wisdom, Thailand for development. *Community development Journal*, 1(5), 75. [in Thai]
- Wattanapoot, C. (1997). *Current Folk Knowledge System: Research and Development*. Bangkok: Ethnic Studies and Development Project, Chulalongkorn University. [in Thai]



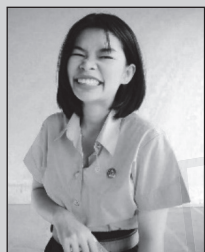
Name and Surname: Rinhatthai Kitthanarut

Highest Education: Master Degree of Applied Statistics,
Chiang Mai University

University or Agency: Buriram Rajabhat University

Field of Expertise: Applied Statistics and Operations Research

Address: 439 Jira Rd., Nai Mueang, Mueang Buri Ram, Buri Ram 31000



Name and Surname: Phonnapha Taya

Highest Education: Bachelor Degree of Applied Statistics,
Buriram Rajabhat University

University or Agency: Buriram Rajabhat University

Field of Expertise: Applied Statistics

Address: 439 Jira Rd., Nai Mueang, Mueang Buri Ram, Buri Ram 31000

PIM

PANYAPIWAT

INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์