

อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์

ภจิวัฒน์ บุณเฑาะว์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

วิจิตรา โพธิสาร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

อริยา เสพสุข

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

ชลธิชา แก้ววัน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

สุรางคณา ถิอคุณ

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

Influencing Marketing Mix on Wear Thai Fabrics Motivation of Youth in Educational Institutions in Surin Province

Pajiwat Booncharoen

Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University,
Thailand

Wijittra Potisarn

Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University,
Thailand

Ariya Sepsuk

Surin Vocational College, Surin Province, Thailand

Chonticha Keawwan

Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University,
Thailand

Surangkana Thuekun

Surin Vocational College, Surin Province, Thailand

Article Info : Research Article

Article History : Received 19 June 2023

: Revised 28 June 2023

: Accepted 04 August 2023

Corresponding Author : Wijittra Potisarn

E-mail Address : wijittrapo@sru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา และศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษาในจังหวัดสุรินทร์ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2565 จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานคือ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผ้าไทยและการส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทยมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ส่วนผสมทางการตลาด แรงจูงใจ ผ้าไทย เยาวชน สุรินทร์

Abstract

The research studied the influencing marketing mix on wear Thai fabrics motivation of youth in educational institutions in Surin province. The objectives were to study the youth's opinion of the marketing mix affecting the wear of Thai fabrics at the institutions, study the youth's opinion of wearing Thai fabrics motivation of students at the college, and study the marketing mix affected wearing Thai fabrics motivation of youth in educational institutions. The research was quantitative research. The sample group was 384 students from Surin Vocational College who were studying in the academic year 2022. The research tools were questionnaires. The data were analyzed with descriptive statistics including percentage, frequency, mean and standard deviation. The inferential statistics used the analysis of multiple regression with Enter method. The results found that the youth's opinion of the marketing mix affecting the wear of Thai fabrics at the college in total was good. The youth's opinion of wearing Thai fabrics motivation of students at the college in total was good. Moreover, the study marketing mix found that Thai fabrics and promotion of support for wearing Thai fabrics had affected wear Thai fabrics motivation of youth at the college significantly at the .05 level.

Keywords : Marketing mix, Motivation, Thai fabrics, Youth, Surin

Introduction

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์กำหนดนโยบายให้นักศึกษาแต่งกายด้วยผ้าไหมทุกวันศุกร์ ตั้งแต่ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 เป็นต้นมา เนื่องจากสำนักงานการอาชีวศึกษาได้คัดเลือกให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาภาคอีสาน อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมของไทย (เอ็มจีอาร์ออนไลน์, 2557)

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2483 โดยเริ่มแรกเปิดสอนที่วัดจุมพลสุธาवास ชื่อว่า “โรงเรียนช่างเย็บเสื้อผ้าจังหวัดสุรินทร์” หลักสูตรช่างเย็บเสื้อผ้า ต่อมาได้มีการย้ายมายังที่ตั้งปัจจุบัน ณ 426 ถนนเทศบาล 1 ตำบลในเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์ โดยมีเนื้อที่ 29 ไร่ 2 งาน และเป็นสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ทำการสอน 3 ระดับ คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีต่อเนื่อง หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต 2 สาขา คือ สาขาวิชาการบัญชี (ต่อเนื่อง) และสาขาวิชาการตลาด (ต่อเนื่อง) (วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์, 2565: 22 - 26) จากการดำเนินงานสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศส่งผลให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์มีโครงการและกิจกรรมที่ตอบสนองยุทธศาสตร์และพันธกิจของวิทยาลัย โดยเฉพาะภารกิจที่โดดเด่นในด้าน

ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ได้จัดโครงการสืบสาน ส่งเสริมเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย จังหวัดสุรินทร์ ขึ้นเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปีการศึกษา 2557 และปัจจุบันในปีการศึกษา 2564 ที่ผ่านมหาวิทยาลัยได้รับเกียรติบัตรเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงาน สืบสาน ส่งเสริมเอกลักษณ์การแต่งกาย

ด้วยผ้าไทย มอบโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ (วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์, 2565: 6) จะเห็นว่าเป็นการบริหารสถานศึกษาที่เกิดผลในเชิงประจักษ์ เป็นที่ยอมรับในระดับจังหวัด ตัวอย่างการสวมใส่ผ้าถุงของนักศึกษาหญิง ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 การสวมใส่ผ้าถุงของนักศึกษาหญิง

จากภาพประกอบที่ 1 จะเห็นว่าผู้สวมใส่จะมีความสวยงาม คงความเป็นไทย งดงามตามอัตลักษณ์ชาวจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งการสวมใส่ผ้าไทยนั้นนอกเหนือจะสวมใส่ไปวิทยาลัยแล้วยังสามารถสวมใส่ไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่อนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทย

อย่างไรก็ตามผ้าไทยโดยเฉพาะผ้าไหมไทยมีราคาสูง เนื่องจากกระบวนการผลิตมีหลายขั้นตอนและใช้เวลามาก ทำให้ผ้าไหมไทยมีราคาต่อชิ้นที่สูง จึงทำให้ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคและราคาที่ซื้อได้ต่อชิ้นคือ 1,001 – 1,500 บาท (วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์, 2565: 22 - 26)

สำหรับลวดลายเอกลักษณ์ผ้าไทยของชาวสุรินทร์ พบว่า มีหลากหลายตามพื้นที่ต่าง ๆ ตามกลุ่มชาติพันธุ์ โดยจังหวัดสุรินทร์ มี 3 กลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ เขมร ลาว และกวย ทำให้เกิดการออกแบบลวดลายที่สวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ เช่น ผ้าโฮล ซึ่งเป็นผ้าไหมของกลุ่มชาติพันธุ์เชื้อสายเขมร เกิดจากกรรมวิธีการผลิตและสร้างลวดลายจากกระบวนการมัดย้อมเส้นไหมให้เกิดสีสันทันและลวดลายก่อนการทอผ้า หรือ ผ้ากะนีว (ผ้าหางกระรอก) ซึ่งเป็นผ้าไหมของกลุ่มชาติพันธุ์เชื้อสายกวยที่ได้แนวคิดการตีเกลียวเส้นไหมเรียกว่า ละวี่ หรือ ระวี่ เป็นต้น และการตลาดผ้าไหมจะแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่มากขึ้น ทั้งการสร้างสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด เช่น เครื่องหมาย

การค้า กลุ่มบรรจภัณฑ์ หรือป้ายสำหรับการแสดงรายละเอียดสินค้า เป็นต้น (ทัศนียา นิลฤทธิ์ และคณะ, 2565: 6–7, 13) ซึ่งการตัดสินใจซื้อผ้าไทยมาสวมใส่นั้น จำเป็นต้องพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดและแม้ว่าวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์จะสืบสานและส่งเสริมเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย แต่

การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษา บุคลากร และผู้บริหารสถานศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องศึกษา รวมไปถึงการศึกษาแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยและหาแนวทางในการส่งเสริมการสวมใส่ผ้าไทยในกลุ่มนักศึกษาและเยาวชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการสวมใส่ผ้าไทยต่อไป

Research Objectives

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์

Research Methodology

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ เยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2565

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นนักศึกษาสังกัดวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2565 โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มจากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์ และอาชีวศึกษาจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 93 แห่งและกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่มีสัดส่วนของประชากรเท่ากับ .05 และต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน (บุญชม ศรีสะอาด และคณะ, 2561: 46- 47)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเรื่อง อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของ

เยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ เงินที่ได้รับจากครอบครัวและรายได้เสริมโดยรวมต่อเดือน แผนกวิชาที่กำลังศึกษา และรูปแบบผ้าไทยที่ต้องการสวมใส่ไปสถาบัน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามและหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวิเคราะห์ประเด็น และสังเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากนั้นนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขและจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ดำเนินการส่งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยหาสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) เลือกผลการประเมินข้อคำถามที่มีคะแนนเฉลี่ยเกินร้อยละ 0.50 (บุญชม ศรีสะอาด และคณะ, 2561: 119-120) ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม และนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด และคณะ, 2561: 117) ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เมื่อทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่า ค่าความเชื่อมั่น คือ .979

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

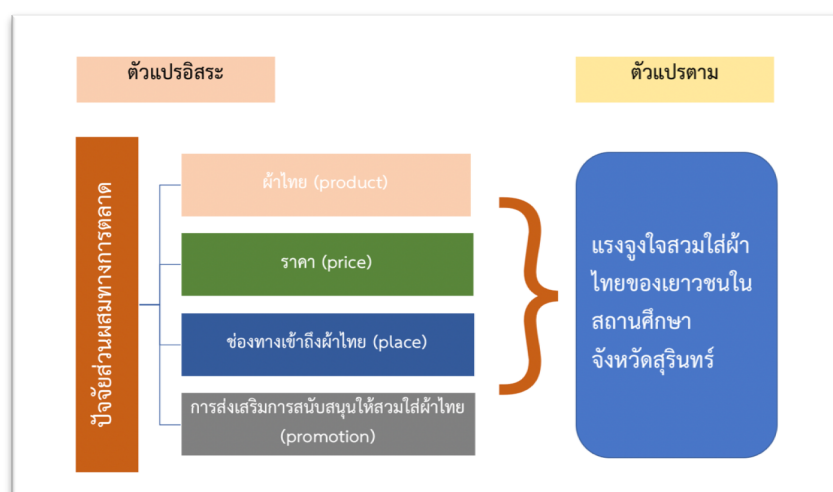
โดยงานวิจัยนี้ส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษาในจังหวัดสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2565 ให้นักศึกษาตอบคำถาม และเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นระยะเวลา 1 เดือน คือเดือนสิงหาคม 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จ ด้วยสถิติพื้นฐาน คือ ร้อย

ละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการแปรผลดังนี้ 4.51-5.00 ระดับมากที่สุด 3.51-4.50 ระดับมาก 2.51-3.50 ระดับปานกลาง 1.51-2.50 ระดับน้อย และ 1.00-1.50 ระดับน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 103) และวิเคราะห์ด้วยสถิติอ้างอิง การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2561: 279-281) หาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในงานวิจัยนี้สินค้าหรือผ้าไทย (product) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นจากผ้าไหม เช่น ผ้าถุง เสื้อ กางเกง เนคไท เข็มกลัด โบว์ หรือผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น ราคา (price) ช่องทางเข้าถึงผ้าไทย (place) และการส่งเสริมการตลาดสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อแรงจูงใจ (motivation) สวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา ซึ่งแรงจูงใจดังกล่าวมีทั้งแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ กรอบการวิจัยดังภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

Result

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ เงินที่ได้รับจากครอบครัวและรายได้เสริมโดยรวมต่อเดือน แผนกวิชาที่กำลังศึกษา และรูปแบบผ้าไทยที่ต้องการสวมใส่ไปสถาบัน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน ร้อยละ 82.82 ส่วนใหญ่มีอายุ

16 - 17 ปี จำนวน 159 คน ร้อยละ 44.79 มีเงินที่ได้รับจากครอบครัวและรายได้เสริมโดยรวมต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 273 คน ร้อยละ 76.90 ส่วนใหญ่มาจากแผนกวิชาการบัญชี จำนวน 164 คน ร้อยละ 46.20 และรูปแบบผ้าไทยที่ต้องการสวมใส่ไปสถาบัน โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ซึ่งผลการวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบผ้าไทยที่ต้องการสวมใส่ไปสถาบัน

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
เข็มกลัด	116	33.62
เข็มขัด	1	0.29
เนคไท	95	27.54
เสื้อ	204	59.13
โบว์	64	18.55
กระโปรง	1	0.29
กางเกง	58	16.81
ผ้าคลุมไหล่	59	17.01
ผ้าถุง ผ้าโสร่ง	320	92.75
หน้ากากอนามัย	1	0.29
ผ้าขาวม้า	2	0.58
เครื่องประดับใส่ผม	1	0.29
ชุดข้าง	1	0.29

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษารูปแบบผ้าไทยที่ต้องการสวมใส่ไปสถาบันของกลุ่มตัวอย่าง 345 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกผ้าถุง ผ้าโสร่งเป็นผ้าไทยที่ต้องการสวมใส่ไปสถาบัน จำนวน 320 คน ร้อยละ 92.75

2. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจในผ้าไทย (product)			
1. ลวดลายของผ้าไทยที่สวมใส่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์	3.97	0.86	มาก
2. ลวดลายของผ้าไทยมีให้เลือกหลากหลาย	4.09	0.87	มาก
3. การออกแบบผ้าไทยมีความทันสมัยเหมาะกับทุกเพศทุกวัย	3.95	0.90	มาก
4. ความนุ่มสบายของเนื้อผ้าไทย	3.86	0.87	มาก
5. คุณภาพความทนทานของผ้าไทยที่เป็นผ้าทอมือ	3.98	0.83	มาก
6. คุณภาพของผ้าไทยที่เป็นผ้าประจำจังหวัดสุรินทร์	3.99	0.84	มาก
รวมรายด้าน	3.97	0.76	มาก
ความพึงพอใจในราคา (price)			
7. ราคาผ้าไทยที่ทอด้วยมือมีความเหมาะสม	3.74	0.87	มาก
8. ราคาผ้าไทยที่ทอด้วยเครื่องมีความเหมาะสม	3.75	0.82	มาก
9. ราคามีความสอดคล้องกับคุณภาพของผ้าไทย	3.86	0.82	มาก
10. ความยืดหยุ่นของการต่อรองราคา สามารถต่อรองราคาได้	3.67	0.86	มาก
11. การจ่ายเงินสามารถทำได้หลายรูปแบบ	3.85	0.84	มาก
12. ราคามีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไทย	3.91	0.87	มาก
รวมรายด้าน	3.80	0.72	มาก
ความพึงพอใจในช่องทางเข้าถึงผ้าไทย (place)			
13. ระยะเวลาส่งสินค้ามีความรวดเร็วและได้สินค้าครบถ้วน	3.68	0.80	มาก
14. การโฆษณาและแนะนำผ้าไทยพบในสื่อที่หลากหลาย	3.73	0.81	มาก
15. การเลือกซื้อผ้าไทยสามารถสั่งซื้อได้ในรูปแบบออนไลน์	3.79	0.83	มาก
16. การเลือกซื้อผ้าไทยสามารถสั่งซื้อได้กับผู้ผลิตสินค้าได้โดยตรง	3.82	0.84	มาก
17. การเลือกซื้อผ้าไทยสามารถสั่งซื้อได้ผ่านการให้บริการของสถาบันการศึกษา	3.60	0.91	มาก
18. การจัดแสดงสินค้าผ้าไทยพบได้ในเทศกาลต่างในจังหวัดสุรินทร์	3.88	0.84	มาก
รวมรายด้าน	3.75	0.73	มาก
ความพึงพอใจในการส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion)			
19. มีส่วนสด ของแถม จากการซื้อผ้าไทย	3.46	0.97	ปานกลาง
20. การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดูแลผ้าไทย ทั้งการซัก และการสวมใส่จากร้าน	3.67	0.87	มาก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
21. มีการแนะนำวิธีการแต่งกายผ้าไทยให้สวยงามจากทางผู้ขาย	3.68	0.92	มาก
22. สามารถซื้อผ้าไทยได้ในราคาของนักศึกษา	3.48	1.00	ปานกลาง
23. มีต้นแบบในการแต่งกายผ้าไทยที่สวยงามในสถาบัน	3.71	0.87	มาก
24. มีคะแนนกระตุ้นให้อยากสวมใส่ผ้าไทยไปสถาบัน	3.52	1.02	มาก
รวมรายด้าน	3.59	0.83	มาก
โดยรวม	3.78	0.68	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.78, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจในผ้าไทย (product) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.97 (S.D. = 0.76) ด้านราคา (price) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80, S.D. = 0.72) ด้านช่องทางเข้าถึงผ้าไทย (place) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.75, S.D. = 0.73) และ ด้านการส่งเสริม

การสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.59, S.D. = 0.83) อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสนใจว่าข้อที่มีระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีส่วนลด ของแถม จากการซื้อผ้าไทย (ค่าเฉลี่ย = 3.47, S.D. = 0.97) และ สามารถซื้อผ้าไทยได้ในราคาของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 3.48, S.D. = 1.00)

3. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์
ผลการวิจัย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทย			
1. สถาบันมีนโยบายเกี่ยวกับการแต่งกายในการสวมใส่ผ้าไทยมาเรียนที่ชัดเจน	4.13	0.86	มาก
2. สถาบันสร้างความตระหนักในคุณค่า วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวเมืองสุรินทร์	4.11	0.84	มาก
3. ครู เจ้าหน้าที่ เพื่อน สถาบัน ได้แนะนำแหล่งขายผ้าไทยให้เลือกหลากหลาย	3.58	0.99	มาก
4. สถาบันได้สนับสนุนให้มีการจัดหา จัดซื้อผ้าไทยให้กับนักศึกษา	3.40	1.19	ปานกลาง
5. ครอบครัวเห็นด้วยและสนับสนุนให้นักศึกษาแต่งกายผ้าไทยไปสถาบัน	3.73	0.99	มาก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6. กิจกรรมการเรียนรู้การสอนสอดคล้องกับการแต่งกายผ้าไทยของนักศึกษา	3.52	1.07	มาก
7. การรับรู้ประกาศจากลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ประจำจังหวัดสุรินทร์	3.87	0.93	มาก
รวมรายด้าน	3.76	0.80	มาก
ด้านแรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทย			
8. นักศึกษายอมรับในการสวมใส่ผ้าไทยในการมาสถาบัน	3.48	1.04	ปานกลาง
9. รูปร่างของนักศึกษามีผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทย	3.74	1.04	มาก
10. นักศึกษามิชอบปริมาณเพียงพอในการจัดหาผ้าไทยมาสวมใส่ได้	3.42	1.02	ปานกลาง
11. การแต่งกายด้วยผ้าไทยมีผลกระทบต่อการเดินทางมาเรียนที่สถาบัน	3.74	1.05	มาก
12. นักศึกษามีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ผ้าไทยจังหวัดสุรินทร์	3.83	0.86	มาก
13. นักศึกษามีความภาคภูมิใจในสถาบันเมื่อได้สวมใส่ผ้าไทย	3.64	0.93	มาก
14. นักศึกษาอยากสืบสานวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยจังหวัดสุรินทร์	3.76	0.89	มาก
รวมรายด้าน	3.66	0.73	มาก
โดยรวม	3.71	0.72	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็น แรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.71, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.76 (S.D. = 0.80) และค่าเฉลี่ย = 3.66 (S.D. = 0.73) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับปานกลาง พบทั้งด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน โดยด้านแรงจูงใจภายนอก คือ สถาบันได้สนับสนุนให้มีการจัดหา จัดซื้อผ้าไทยให้กับนักศึกษา ค่าเฉลี่ย = 3.40 (S.D. = 1.14) และด้านแรงจูงใจภายใน คือ นักศึกษายอมรับในการสวมใส่ผ้าไทยในการมาสถาบัน ค่าเฉลี่ย = 3.48 (S.D.

= 1.04) และนักศึกษามิชอบปริมาณเพียงพอในการจัดหาผ้าไทยมาสวมใส่ได้ ค่าเฉลี่ย = 3.42 (S.D. = 1.02) ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยการทดสอบค่า Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรอิสระ ด้านผ้าไทย (product) ได้ค่า 0.694 ด้านราคา (price) ได้ค่า 0.651 ด้านช่องทางเข้าถึงผ้าไทย (place) ได้ค่า 0.693 การส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) ได้ค่า 0.683 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง และ

เมื่อทดสอบค่า Tolerance ได้ค่า 0.341, 0.295, 0.198, 0.381 ซึ่งมากกว่า 0.100 และ VIF ได้ค่า 2.933, 3.394, 5.044, 2.625 ซึ่งน้อยกว่า 10 สามารถใช้ตัวแปรในการพยากรณ์ได้ (พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนต์ส,

2560: 33) (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2561: 279-281) จากนั้นผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา

แรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	b	SE _b	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่		.713	.138		5.158	.000*
	ด้านผ้าไทย (Product)	.295	.054	.310	5.439	.000*
	ด้านราคา (Price)	.130	.062	.129	2.108	.036*
	ด้านช่องทางเข้าถึงผ้าไทย (Place)	.100	.074	.101	1.353	.177
	การส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (Promotion)	.266	.047	.306	5.670	.000*

$R = .761$, $R^2 = .5789$, Adjusted $R^2 = .574$, SEE = .47116, F = 130.267, Sig. = .000*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านผ้าไทย (product) ด้านราคา (price) และการส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) ส่งผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์สูง ($R = .761$) (พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนต์ส, 2560 : 34) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา ร้อยละ 57.89 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนี้

ระดับความคิดเห็นการยกระดับด้านผ้าไทย (product) เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระดับแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.295 ระดับ

ระดับความคิดเห็นการยกระดับด้านราคา (price) เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระดับแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.130 ระดับ

ระดับความคิดเห็นการยกระดับการส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระดับแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา เพิ่มขึ้น 0.266 ระดับ

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

1. คะแนนดิบ คือ แรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา = $0.713 + 0.295$ (product) + 0.130 (price) + 0.266 (promotion)

2. คะแนนมาตรฐาน คือ แรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา = $0.310 (\text{product}) + 0.129 (\text{price}) + 0.306 (\text{promotion})$

ผลการศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักศึกษา โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะร่วมอนุรักษ์ พัฒนา สนับสนุน ส่งเสริม สืบสานเอกลักษณ์ประเพณีของผ้าพื้นเมืองสุรินทร์ อย่างไรก็ตามก็พบข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ต้องการให้สามารถสวมใส่โจงกระเบนหรือสไบมาได้
2. ต้องการให้สามารถสวมใส่เครื่องประดับมาพร้อมกับผ้าไทยได้
3. ต้องการให้เกิดความหลากหลายของชุดผ้าไทยที่มีการปรับให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้คนรุ่นใหม่สนใจที่จะสวมใส่ผ้าไทยได้ง่ายและด้วยความสมัครใจ
4. ต้องการให้สามารถออกแบบการสวมใส่ผ้าไทยที่หลากหลาย
5. นอกจากจะสนับสนุนการสวมใส่ผ้าไทย ควรมีการสนับสนุนคนทอผ้าและการเลี้ยงหม่อนไหมในครัวเรือนด้วย

6. ควรสร้างการรับรู้ความหมายของผ้าอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์

7. ควรรณรงค์ให้สวมใส่ผ้าไทยในกิจกรรมหรืองานต่าง ๆ เพื่อให้สวมใส่ผ้าไทยกันมากขึ้น

8. อยากให้ประเพณีที่ดังมานี้จัดแสดงในวาระที่สมควร มีการกำหนดสถานที่ และช่วงเวลา เช่นเดียวกับงานเทศกาล โดยให้ความสำคัญกับภูมิปัญญานำมาซึ่งความเจริญและความเจริญควรมีภูมิปัญญาที่ก้าวหน้าไปพร้อมกัน สรุปคือ ควรจัดในรูปแบบของเทศกาล

9. ราคาของผ้าไทยค่อนข้างสูง จึงเป็นอุปสรรคของนักศึกษาในการจัดซื้อมาสวมใส่

10. ควรร่วมกันแต่งกายพื้นเมืองเพื่อสืบทอดประเพณีของสุรินทร์เพื่อสร้างความตระหนักถึงภูมิปัญญาผ้าไทยได้อย่างดียิ่ง

Conclusion and Discussion

งานวิจัยนี้สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด ด้าน ผ้าไทย (product) ราคา (price) และ การส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของ

เยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จะเห็นว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผ้าไทย (product) ด้านราคา (price) ด้านช่องทางเข้าถึงผ้าไทย (place) และ การส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) เป็นปัจจัยสำคัญในการซื้อขายสินค้า หรือบริการ โดย

เป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้บริโภคได้มองเห็นและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการในที่สุด

อย่างไรก็ตามการที่จะพัฒนาเยาวชนให้ฝังลึกในการสวมใส่ผ้าไทยย่อมมีกระบวนการ จะเห็นว่าระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักศึกษายังเป็นเยาวชนที่กำลังศึกษาในสถาบันการศึกษาที่มุ่งเน้นการบริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ ทำให้นโยบายต่าง ๆ จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมขององค์กรสู่การพัฒนาแบบเชิงประจักษ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผ่านเอกลักษณ์การแต่งกายผ้าไทย ของนักศึกษา คณาจารย์ บุคลากรและผู้บริหาร จะเป็นการรวมใจกันอย่างดี อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์สืบสานความเป็นไทยและอัตลักษณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของวันทิศา โพธิสาร และคณะ (2563: 133) กล่าวว่า ผลของการบริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาสู่ความเป็นเลิศส่งผลให้บุคลากรมีวัฒนธรรมองค์การในการทำงานร่วมกันโดยเฉพาะด้านการอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมไทย จะทำให้บุคลากรมีความรักและความผูกพันในองค์กร อย่างไรก็ตามการสร้างแรงจูงใจในการสวมใส่ผ้าไทยของนักศึกษา เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนจากสถาบันศึกษาในการจัดหา/จัดซื้อหรือหาผ้าไทยในงบประมาณที่เพียงพอสำหรับนักศึกษา รวมไปถึงการยอมรับในการสวมใส่ผ้าไทยมาสถาบัน ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงจำเป็นต้องวางแผนในการสนับสนุนในด้านการสร้างแรงจูงใจนี้ด้วยเนื่องจากแรงจูงใจคือแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหว หรือเกิดพฤติกรรม อย่างหนึ่งอย่างใด หรือหลายอย่าง ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ได้ (แบรนดพิตสตูดิโอไทยแลนด์, 2563) สอดคล้องกับงานวิชาการของ อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร

(2562: 43 - 44) ที่กล่าวถึงความรู้สึกดีที่มีต่อองค์การการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมเป็นความผูกพันต่อองค์การหนึ่ง ที่จะส่งผลให้บุคลากรทุ่มเทกำลังกายและใจในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ได้

นอกจากนี้ผลการศึกษาอิทธิพลของผ้าไทย (product) ราคา (price) และ การส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยในงานวิจัยนี้ พบว่า ผ้าไทย (product) มีผลต่อแรงจูงใจสวมใส่ผ้าไทยของเยาวชนในสถานศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นที่ทราบว่าประเทศไทยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมไปยังลูกหลานและเยาวชน โดยมุ่งหวังให้เกิดการสืบทอดให้เห็นคุณค่าของผ้าไทยอันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศได้ จะเห็นได้จากโครงการหรือกิจกรรมที่เกิดจากการดำเนินงานของภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (เอ็มจีอาร์ออนไลน์, 2557) โดยโครงการดังกล่าวนี้จะสร้างความตระหนักให้เห็นคุณค่าของผ้าไทย รวมไปถึงการมุ่งเน้นส่งเสริมการผลิตผ้าไทยที่มีคุณภาพ และการสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่นชุมชน ดังงานวิจัยของ Yanpisit, K. (2022: 69) ที่ได้ศึกษาเทคนิคการผลิตผ้าไทยที่มีคุณภาพ โดยพบว่า การนำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดการปฏิบัติมากขึ้นในทุกกระบวนการผลิต เช่น การย้อมสีไหม การออกตลาด การแปรรูปสิ่งทอ รวมไปถึงการวางกลยุทธ์ทางการตลาด นอกจากการส่งเสริมการผลิตผ้าไทยที่มีคุณภาพแล้ว การส่งเสริมให้ชุมชนได้เห็นคุณค่าของอัตลักษณ์ท้องถิ่น จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการสวมใส่ได้มากขึ้น เนื่องจากเยาวชนจะเกิดความรักและหวงแหน

วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตน ที่ถูกถ่ายทอดจากอดีตมาสู่ปัจจุบัน การส่งเสริมให้ชุมชนได้เห็นคุณค่าของอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านลวดลายผ้าถือเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เมื่อเยาวชนได้สวมใส่ลวดลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นก็จะเกิดความภาคภูมิใจ เช่น ลาย “เกียรติมุข (หน้ากาล) คายนรสิงห์ประดับท่อนพวงมาลัย” ในงานวิจัยของ สมบัติ สมัครสมาน (2565: 45) ซึ่งเป็นลวดลายที่ออกแบบมาจากภูมิกรรมทอหลังปราสาทบ้านปราสาท ปราสาทพระแง หรือปราสาทศิขรภูมิในจังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตปราสาทพระแง หรือปราสาทศิขรภูมิก็จะเกิดความภาคภูมิใจ และมีแรงจูงใจในการสวมใส่มากกว่าผู้คนในเขตพื้นที่อื่น

ในด้านราคา (price) พบว่าเมื่อมีการยกระดับด้านราคาจะมีผลต่อแรงจูงใจเพิ่มขึ้นที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผ้าไหมมีต้นทุนในการผลิตสูง อีกทั้งยังใช้เวลานานในการผลิต ทำให้ราคาที่ตั้งไว้ค่อนข้างสูง และเมื่อเยาวชนทราบถึงต้นทุนในการผลิตและคุณภาพของผ้าไทยแล้ว ความเหมาะสมทางด้านราคาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมมาสวมใส่ อย่างไรก็ตามเป็นที่ทราบว่าชุมชนในจังหวัดสุรินทร์

ส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกร และเมื่อว่างเว้นจากการทำนา ชุมชนก็จะมาทอผ้า ทำให้นักศึกษาหลายคนสามารถสวมใส่ผ้าไหมที่ผลิตจากบ้านของตนได้ (เอ็มจีอาร์ออนไลน์, 2557) เช่นเดียวกันกับด้านการส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทย (promotion) หากมีการส่งเสริมให้สวมใส่ผ้าไทยมากขึ้น ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกละและความต้องการอนุรักษ์ในความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ที่เกี่ยวข้องกับผ้าไทยมากขึ้น ดังที่จังหวัดสุรินทร์ ได้มีการส่งเสริมสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทยที่เป็นอัตลักษณ์ประจำจังหวัด (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2565) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการส่งเสริมและสนับสนุนตามประกาศของจังหวัดแล้ว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาการรับรู้ของเยาวชนต่อไป เพื่อให้เกิดข้อมูลย้อนกลับถึงกระบวนการส่งเสริมการสนับสนุนให้สวมใส่ผ้าไทยของจังหวัดสุรินทร์ ทั้งนี้มุ่งหวังให้เกิดการยกระดับแรงจูงใจของเยาวชนเพิ่มมากขึ้น และจะนำไปสู่ความยั่งยืนในการสวมใส่ผ้าไทยต่อไป

References

- ณัชชาภัทร เวียงแสง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*. 16(3) : 133-142.
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2561). การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาสารคาม : ตักสิลาการพิมพ์.
- ทัศนียา นิลฤทธิ์ และคณะ. (2565). การออกแบบลวดลายผ้าไหมทอมือจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์สู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน. *วารสารวิชาการศิลปวัฒนธรรมอีสาน*. 3(1) : 1-19.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2561). พื้นฐานการวิจัยการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาสารคาม : ตักสิลาการพิมพ์.
- แบรนดี้พิตสตูดิโอไทยแลนด์. (2563). *Motivation สำคัญอย่างไร?*. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, สืบค้นจาก <https://brainfit.co.th/th/blog-th/motivation-สำคัญอย่างไร>.
- พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนด์ส. (2560). การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง. *วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร*. 7(2) : 20-37.
- วันทิศา โพธิสาร สมคิด สร้อยน้ำ และเรวณี ชัยเขาวรัตน์. (2563). การบริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาสู่ความเป็นเลิศ: การศึกษาทฤษฎีฐานราก. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 14(1) : 127-138.
- วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์. (2565). รายงานผลการประเมินตนเอง ปีการศึกษา 2565. สุรินทร์ : วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์.
- สมบัติ สมครสมาน. (2565). ศาสตร์ศิลป์สู่เพื่อการออกแบบลวดลายสีเส้นผ้าไหมมัดหมี่ปูมโบราณและปิตานผสานการย้อมอินสีกสีตามธรรมเนียมปฏิบัติภูมิปัญญาชนชาวเขมรโบราณ. *วารสารศิลปะและวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำมูล*. 11(2) : 35-48. DOI: <https://doi.org/10.14456/acj.2022.10>.
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2565). จังหวัดสุรินทร์ประกาศลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ประจำจังหวัด จำนวน 7 ลาย. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, สืบค้นจาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220211141129109>.
- เอ็มจีอาร์ออนไลน์. (2557). กระเทียม! นศ.อาชีวะเมืองช้าง “นุ่งไหม ใส่บาตร” ทุกวันศุกร์. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, สืบค้นจาก <https://mgronline.com/local/detail/9570000131462?fbclid=IwAR3FlxoCsaaGJVUJOJ7YV7xvoYqg-H6FafjUWKPVCLxQa96a6qorh1Jvpk>.
- อนุดิษฐ์ ฐานไชยกร. (2562). ความผูกพันในองค์กร. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 4(1) : 32-45.

Yanpisit, K. (2022). Phu Tai Textiles as a Cultural Heritage of the Nation. **Asian Journal of Traditional and Innovative Arts and Textiles**. 1(2) : 55-72.

