

## การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย

สุทัน อนุรักษ์<sup>1\*</sup>

Received : August 18, 2019

Revised : October 20, 2019

Accepted : December 23, 2019

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับ 2) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยเกี่ยวกับเครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ 3) พัฒนาและสร้างเครื่องประดับที่มาจากความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยเป็นการศึกษาแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งออกเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพที่เป็นผู้ให้ข้อมูลจำนวน 3 ราย คือ 1) กลุ่มผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับจำนวน 2 ราย 2) ผู้ประกอบการด้านเครื่องประดับจำนวน 1 ราย สำหรับกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้บริโภคที่มีความสนใจในเครื่องประดับประดิษฐ์ที่อยู่ในประเทศไทย จำนวน 400 ราย โดยใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้มีการเปรียบเทียบข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาเครื่องประดับ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเปรียบเทียบ T-test และ One Way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่าการสร้างความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงความต้องการของตลาดส่วนใหญ่จะทำให้การพัฒนาเครื่องประดับประสบความสำเร็จ สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า ความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ;  $SD. = 0.16$ ) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าโดยรวมผู้บริโภคที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิภาค ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่าย วัตถุประสงค์และประเภทของเครื่องประดับ มีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** พัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับจากเศษผ้าลาว มูลค่าเพิ่ม

<sup>1</sup> อาจารย์วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

\*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: bpattaya@hotmail.com

## DEVELOPMENT OF JEWELRY PRODUCTS FROM LAO RAGS TO CREATE ADDITIONAL VALUE ACCORDING TO THE NEEDS OF CONSUMERS IN THAILAND

Sutan Anurak<sup>1\*</sup>

### Abstract

The objective of this research were to 1) study guidelines for the development of jewelry from Lao rags to create additional value according to the opinions of jewelry experts. 2) study the needs of consumers in Thailand regarding jewelry from Lao rags to increase the value of the products. 3) Develop and create jewelry that comes from the needs of consumers in Thailand. Which is a mixed study between qualitative research and quantitative research, The tools used in the research were divided into semi-structured interview and questionnaires. 3 sample quality groups that are informants: 1) 2 executives or jewelry experts 2) 1 jewelry manufacturer. For a sample of quantitative research, 400 consumers are interested in artificial jewelry in Thailand. By using frequency analysis, percentage, mean, standard deviation In addition, there is a comparison of the needs of consumers to bring the results used in the development of jewelry. In order to meet the needs of consumers By using data analysis with statistics comparing T-test and One Way ANOVA. The results showed that:

Qualitative results found that creating a unique and unique identity that reflects the needs of the market will most likely make the jewelry development a success. For quantitative studies, it was found that The demand for jewelry of consumers in Thailand is overall at a high level ( $\bar{X} = 4.45$ ; SD. = 0.16). The results of the comparison of differences found that by combining consumers with an ages, average monthly income, Marital status, domicile, purchase frequency, cost, purpose and type of jewelry Have different needs at statistical significance level of 0.05.

**Keyword :** Product development Jewelry from Lao rags, value added

---

<sup>1</sup> Lecturer, Poh-Chang Academy of Arts, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

\*Corresponding author, e-mail: bpattaya@hotmail.com

## บทนำ

การค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกในปี 2561 ที่ผ่านมามีค่าน่าสนใจที่สุดตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งทำให้มีกลุ่มชนชั้นกลางขยายตัวเพิ่มขึ้นและกำลังซื้อของผู้บริโภคสูงขึ้น ประกอบกับราคาวัตถุดิบในภาพรวมปรับตัวในแนวลบไม่ว่าจะเป็นทองคำ เงิน และแพลทินัม ซึ่งทำให้เครื่องประดับมีราคาไม่สูงมากนัก อีกทั้งผู้ผลิตจำนวนมากหันมาพัฒนาสินค้าโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการผลิตและดีไซน์สินค้าหลากหลายรูปแบบมากขึ้นเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ResearchAndMarkets.com ประเมินการณ์ว่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกในปี 2561 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (อ้างอิงจาก “ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ(องค์การมหาชน)” เข้าถึงข้อมูลได้ใน<https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.905.1.0.html> สืบค้น 15 มิถุนายน 62)

สำหรับตลาดอัญมณีในประเทศไทยพบว่าในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2561 มูลค่าการส่งออกอัญมณีของไทยมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 2,540 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการขยายตัว 6.4% จากปี 2560 จากภาพรวมของเศรษฐกิจทั่วโลกที่เริ่มฟื้นตัว ส่งผลต่อความต้องการและกำลังซื้อขยายตัวโดยตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ จีน ฮองกง สหรัฐ ยุโรปและอาเซียน สำหรับสินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม เพชร พลอยเนื้อแข็ง และพลอยสี ที่มา <https://www.posttoday.com/market/news/552897> สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2561 โดยการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับของไทยนั้น ยังไม่สามารถพัฒนารูปแบบให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้ โดยเฉพาะการออกแบบอัญมณีที่ผลิตเป็นแบบอุตสาหกรรมรูปแบบของเครื่องประดับที่ผลิตจากประเทศไทย ไม่แปลกใหม่และน่าสนใจ เนื่องจากค่าตอบแทนของนักออกแบบต่ำไม่จูงใจให้เกิดการสร้างสรรครูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมา ประกอบกับตลาดกลุ่มเป้าหมายของไทยนั้น เป็นตลาดระดับกลางถึงล่าง ซึ่งไม่ค่อยเน้นการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เท่าไรนัก แต่จะสนใจเรื่องคุณภาพและความคุ้มค่าของตัวอัญมณีเองมากกว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการคิดค้นรูปแบบสินค้าใหม่ ๆ ค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของรัฐ และสถาบันต่าง ๆ ก็ได้พยายามสนับสนุนให้มีการพัฒนารูปแบบของเครื่องประดับ ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของเครื่องประดับไทยในตลาดโลกที่มา ([https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2ahUKEwi345rx9f7iAhVJi3AKHQ1D6D0QFjACegQIAhAC&url=http%2F%2Fwww.thaifita.com%2Fthaifita%2FPortals%2F0%2FFile%2FVol3Ch\\_4jewellery.doc&usq=AOVaw0F7jnT3UTwFOTW0c5keJxm](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2ahUKEwi345rx9f7iAhVJi3AKHQ1D6D0QFjACegQIAhAC&url=http%2F%2Fwww.thaifita.com%2Fthaifita%2FPortals%2F0%2FFile%2FVol3Ch_4jewellery.doc&usq=AOVaw0F7jnT3UTwFOTW0c5keJxm) สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2562)

การออกแบบรูปทรงเครื่องประดับอาจแบ่งออกได้เป็น 3 รูปทรง ดังนี้ 1) รูปทรงกราฟฟิก ซึ่งแบ่งเป็นรูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงอิสระ เครื่องประดับในแนวนี้นี้มักเรียบง่าย ตัวเรือนทำด้วยโลหะจำพวกทองคำ เล่นพื้นผิวให้มีความแตกต่างระหว่างพื้นผิวที่มีความหยาบกับพื้นผิวที่มันเงา มักประดับอัญมณีแต่เพียงเล็กน้อย 2) รูปทรงธรรมชาติ เช่น รูปสัตว์ แมลง ดอกไม้ ใบไม้ ใช้อัญมณีประเภทพลอยสีหรือไข่มุกเป็นส่วนประกอบ มีการใช้เทคนิคการลงยา (Enamellings) ช่วยทำให้สีสดใสยิ่งขึ้น 3) รูปทรงวัฒนธรรม มักเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมในยุคสมัยหนึ่ง แต่ถูกนำมาปรับปรุงใหม่ให้เหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เป็นเครื่องประดับที่สวมใส่แล้วจะดูเก่า คลัง เช่น สร้อยตามแบบสมัยโรมัน หรือเครื่องประดับสไตล์โมเสค

สำหรับเทคโนโลยีการออกแบบนั้น ปัจจุบันมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับอยู่หลายโปรแกรม เช่น Jewel CAD ซึ่งอาจช่วยให้การออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับทำได้ง่ายขึ้น อีกทั้งรัฐบาลโดยกรมส่งเสริมการส่งออก ร่วมกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก็ยังได้สนับสนุน

การสร้างบุคลากรในด้านการออกแบบอัจฉริยะ และเครื่องประดับ เพื่อพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีการออกแบบอัจฉริยะและเครื่องประดับไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้รูปแบบของเครื่องประดับที่ผลิตจากประเทศไทยสวยงาม และเป็นที่ต้องการของตลาดโลก การนำผ้าที่เหลือจากการใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าของชนเผ่าลาวมาใช้เป็นอุปกรณ์ในการสร้างเป็นเครื่องประดับเนื่องจากเศษผ้าของชนเผ่าลาวเป็นผ้าทอที่มีลวดลายสวยงาม ดังนั้นหากมีการนำผ้าที่เหลือจากการตัดเย็บมาออกแบบเป็นเครื่องประดับจะทำให้ได้เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีความสวยงามตามแนวทางการออกแบบที่ได้วางเอาไว้

ซึ่งจากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย ทั้งนี้ผลที่คาดว่าจะได้รับจะทำให้ผู้ประกอบการด้านอัจฉริยะสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปพัฒนารูปแบบของเครื่องประดับรวมถึงการนำวัสดุเหลือจากการผลิตสินค้ามาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาเครื่องประดับ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการค้าและสร้างความแตกต่างรวมถึงก่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันของการพัฒนาเครื่องประดับในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับ
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยเกี่ยวกับเครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
3. เพื่อพัฒนาและสร้างเครื่องประดับที่มาจากความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากเศษผ้าลาวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพนำเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยตามขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

#### 1. กลุ่มประชากร

การวิจัยในครั้งนี้กลุ่มของประชากรประกอบด้วยกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับ
2. ผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์เครื่องประดับในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมีจำนวน 3 ราย ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับจำนวน 2 ราย และผู้ประกอบการด้านเครื่องประดับจำนวน 1 ราย

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มีความสนใจในเครื่องประดับประดิษฐ์ที่อยู่ใน

ประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการและสนใจในเครื่องประดับประดิษฐ์ โดยในการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แน่นอนจึงได้ใช้สูตรการ

คำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (บุญชม ศรีสะอาด, 2560: 38) โดยผู้วิจัยกำหนดให้สัดส่วนของประชากรเท่ากับ .50 ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% เมื่อคำนวณข้อมูลตามสูตรการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 แต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งตามภูมิภาคของประเทศโดยแบ่งได้เป็นจำนวน 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคตะวันออก และภาคใต้และตะวันตก โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

ขั้นที่ 2 เมื่อได้จำนวนภูมิภาคที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วดำเนินการการจับสลากรายภูมิภาค เพื่อเลือกสุ่มจังหวัดที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางการใช้หลักความน่าจะเป็นโดยจังหวัดที่ใช้ในแต่ละภูมิภาคจำนวน 4 จังหวัดในแต่ละภูมิภาค

ขั้นที่ 3 กำหนดสัดส่วนการเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด โดยเก็บข้อมูลจังหวัดละ 20 ตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ประกอบด้วย เครื่องมือ 2 ประเภท ได้แก่

1. เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และทฤษฎีการออกแบบเครื่องประดับที่ได้ศึกษามา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาแนวทางการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษผ้าของชนเผ่าลาวให้มีความเหมาะสมกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันและในอนาคต

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้บริโภคที่มีความสนใจในเครื่องประดับ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อหาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคจำนวน 400 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมานั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญจำนวน 3 ส่วนประกอบหลัก ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความต้องการในเครื่องประดับในปัจจุบันและในอนาคต

ซึ่งเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับความต้องการ
5	มีความต้องการมากที่สุด
4	มีความต้องการมาก
3	มีความต้องการปานกลาง
2	มีความต้องการน้อย
1	มีความต้องการน้อยที่สุด

ดังนั้นการอภิปรายผลการวิจัยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการอภิปรายผลดังต่อไปนี้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยของความต้องการ (บุญชม, 2554)

คะแนน	ระดับของความต้องการ
4.51 - 5.00	มีความต้องการมากที่สุด
3.51 - 4.50	มีความต้องการมาก
2.51 - 3.50	มีความต้องการปานกลาง
1.51 - 2.50	มีความต้องการน้อย
1.00 - 1.50	มีความต้องการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องประดับ

#### การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านได้ตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยโดยผลการทดสอบพบว่า ค่าความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) ของข้อคำถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้บริโภคที่อยู่ภาคตะวันตกที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.874

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีทางสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาโดยใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage)

ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้มีการเปรียบเทียบข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาเครื่องประดับ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเปรียบเทียบ T-test และ One Way ANOVA สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยสามารถนำเสนอได้ดังนี้

#### 1. จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า

ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับได้ให้ความคิดเห็นโดยสรุปได้ในภาพรวมว่า การผลิตเครื่องประดับหรือการพัฒนาเครื่องประดับในปัจจุบันต้องเน้นความแตกต่างของรูปแบบที่สร้างขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการในเครื่องประดับเห็นถึงความแตกต่าง เพื่อสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ที่มีความเฉพาะที่โดดเด่น หากผู้พัฒนาเครื่องประดับสามารถสร้างความแตกต่างได้ตามความต้องการของผู้บริโภคสินค้าก็ไม่จำเป็นต้องเป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภครู้จักโดยทั่วไปตามท้องตลาดต่อไป

และผู้ประกอบการด้านเครื่องประดับจำนวน 1 ราย โดยผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นโดยสรุปได้คือ การพัฒนาเครื่องประดับในอนาคตต้องให้ความสำคัญกับดีไซน์และขั้นตอนการผลิต โดยดีไซน์จำเป็นต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) แต่ต้องสามารถเข้าถึงตลาดส่วนใหญ่ (Mass Market) ได้ จำเป็นต้องพัฒนาขั้นตอนการพัฒนาด้วยการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย หรือการใช้ช่างทำเครื่องประดับที่มีความชำนาญเพื่อให้ชิ้นงานมีคุณภาพ

## 2. ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า

ข้อมูลพื้นฐานลักษณะทั่วไปด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001-30,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีสถานภาพสมรสเป็นโสดจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้และภาคตะวันตกภาคละ 80 คน คิดเป็นรายภาคร้อยละ 20.00 โดยมีความถี่ในการซื้อเครื่องประดับ 2-3 ครั้งต่อปีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 โดยวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการซื้อเพื่อสวมใส่ตามสมัยนิยม จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 โดยประเภทของเครื่องประดับที่นิยมซื้อคือทองคำจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80

ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเครื่องประดับเพื่อนำมาใช้ประกอบการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษผ้าลาว โดยสามารถนำเสนอได้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทย

ที่	ความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภค ในประเทศไทย	$\bar{X}$	SD.	ระดับ ความต้องการ	อันดับ
1	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีลักษณะแตกต่างจากเครื่องประดับแบบเดิมที่จำหน่ายอยู่ตามร้านจัดจำหน่ายทั่วไป	4.96	0.17	มากที่สุด	2
2	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีแนวคิดที่สามารถนำเสนอให้ผู้ซื้อเกิดความน่าสนใจได้	4.79	0.40	มากที่สุด	4
3	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นนั้นสามารถดัดแปลงการใช้งานในโอกาสต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย	4.73	0.44	มากที่สุด	6
4	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเป็นเครื่องประดับที่สามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี	4.93	0.25	มากที่สุด	3
5	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นจำเป็นต้องมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักในท้องถิ่น	2.56	0.55	ปานกลาง	12
6	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีแนวคิดที่ตอบสนองต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมเป็นองค์ประกอบ	4.19	0.64	มาก	10
7	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีแนวคิดที่โดดเด่น เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของไทยด้วยการผสมผสานที่ลงตัว	4.24	0.75	มาก	9
8	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อมีโอกาสได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ	4.05	0.85	มาก	11
9	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีมาตรฐานที่ยอมรับได้	4.97	0.15	มากที่สุด	1
10	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีอายุการใช้งานที่เหมาะสม	4.73	0.44	มากที่สุด	6
11	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.54	0.71	มากที่สุด	8
12	เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรทำตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงความต้องการมากที่สุด	4.74	0.43	มากที่สุด	5
	รวม	4.45	0.16	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่าความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ;  $SD. = 0.16$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรกและลำดับสุดท้ายได้แก่ เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีมาตรฐานที่ยอมรับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.97$ ;  $SD. = 0.15$ ) รองลงมาเครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีลักษณะแตกต่างจากเครื่องประดับแบบเดิมที่จำหน่ายอยู่ตามร้านจัดจำหน่ายทั่วไป ( $\bar{X} = 4.96$ ;  $SD. = 0.17$ ) เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเป็นเครื่องประดับที่สามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 4.93$ ;  $SD. = 0.25$ ) และค่าเฉลี่ยที่อยู่ในลำดับสุดท้ายได้แก่ เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นจำเป็นต้องมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักในท้องตลาด ( $\bar{X} = 2.56$ ;  $SD. = 0.55$ ) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการวิจัยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2 และ 3

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ความต้องการเครื่องประดับ	อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		สถานภาพการสมรส		ภูมิลำเนา	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีลักษณะแตกต่างจากเครื่องประดับแบบเดิมที่จำหน่ายอยู่ตามร้านจัดจำหน่ายทั่วไป	19.79	0.00*	7.98	0.009*	22.85	0.00*	5.84	0.00*	15.32	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีแนวคิดที่สามารถนำเสนอให้ผู้ซื้อเกิดความน่าสนใจได้	14.28	0.00*	9.35	0.00*	15.34	0.00*	2.14	0.11	20.90	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นนั้นสามารถดัดแปลงการใช้งานในโอกาสต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย	19.34	0.00*	2.23	0.10	10.04	0.00*	19.38	0.00*	3.69	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเป็นเครื่องประดับที่สามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี	14.81	0.00*	4.51	0.01*	9.22	0.00*	13.04	0.00*	40.24	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นจำเป็นต้องมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักในท้องตลาด	80.73	0.00*	30.19	0.00*	52.97	0.00*	15.29	0.00*	2.16	0.07
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีแนวคิดที่ตอบสนองต่อความรับผิดชอบทางสังคมเป็นองค์ประกอบ	34.08	0.00*	14.00	0.00*	15.23	0.00*	0.66	0.51	1.26	0.28
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีแนวคิดที่โดดเด่น เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของไทยด้วยการผสมผสานที่ลงตัว	32.08	0.00*	2.42	0.00*	11.42	0.00*	2.96	0.05*	11.88	0.00*



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความต้องการเครื่องประดับ	อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		สถานภาพการสมรส		ภูมิลำเนา	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อมีโอกาสได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ	80.34	0.00*	65.01	0.00*	18.34	0.00	41.64	0.00*	8.98	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีมาตรฐานที่ยอมรับได้	1.58	0.17	1.66	0.19	0.53	0.75	1.22	0.29	0.25	0.90
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีอายุการใช้งานที่เหมาะสม	19.72	0.00*	26.42	0.00	22.81	0.00*	4.15	0.01*	34.18	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	29.82	0.00*	23.76	0.00*	14.50	0.00*	0.07	0.93	10.40	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรทำตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงความต้องการมากที่สุด	11.71	0.00*	2.35	0.09	16.34	0.00*	4.65	0.01*	20.27	0.00*
รวม	39.56	0.00*	27.16	0.00	28.90	0.00*	8.70	0.00*	9.88	0.00*

\* < 0.05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยจำแนกตามพฤติกรรม การซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทย

ความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทย	ความถี่ในการซื้อ		ค่าใช้จ่าย		วัตถุประสงค์		ประเภทของเครื่องประดับ	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีลักษณะแตกต่างจากเครื่องประดับแบบเดิมที่จำหน่ายอยู่ตามร้านจัดจำหน่ายทั่วไป	17.32	0.00*	27.08	0.00*	37.2	0.00*	42.79	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นต้องมีแนวคิดที่สามารถนำเสนอให้ผู้ซื้อเกิดความน่าสนใจได้	38.07	0.00*	13.86	0.00*	16.04	0.00*	13.94	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นนั้นสามารถดัดแปลงการใช้งานในโอกาสต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย	42.26	0.00*	6.40	0.00*	8.40	0.00*	5.83	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเป็นเครื่องประดับที่สามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี	17.64	0.00*	6.49	0.00*	18.08	0.00*	20.34	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นจำเป็นต้องมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักในท้องตลาด	43.59	0.00*	184.25	0.00*	44.70	0.00*	61.20	0.00*

## ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทย	ความถี่ในการซื้อ		ค่าใช้จ่าย		วัตถุประสงค์		ประเภทของเครื่องประดับ	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีแนวคิดที่ตอบสนองต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นองค์ประกอบ	6.61	0.00*	14.47	0.00*	139.81	0.00*	29.75	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีแนวคิดที่โดดเด่น เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของไทยด้วยการผสมผสานที่ลงตัว	4.74	0.00*	34.19	0.00*	12.41	0.00*	38.17	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อมีโอกาสได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ	5.37	0.00*	64.66	0.00*	38.94	0.00*	117.99	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีมาตรฐานที่ยอมรับได้	0.59	0.55	0.12	0.97	0.23	0.87	0.81	0.51
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีอายุการใช้งานที่เหมาะสม	45.41	0.00*	4.56	0.00*	9.45	0.00*	2.44	0.04*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	1.38	0.25	15.29	0.00*	8.52	0.00*	43.97	0.00*
เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นควรทำตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงความต้องการมากที่สุด	3.36	0.03	19.35	0.00*	24.29	0.00*	16.70	0.00*
รวม	30.55	0.00*	40.23	0.00*	9.59	0.00*	45.80	0.00*

\* &lt; 0.05

จากตารางที่ 2-3 พบว่าความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยรวมผู้บริโภครมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งจากความต้องการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำความต้องการที่แตกต่างกันมาพัฒนาแนวคิดและออกแบบเป็นเครื่องประดับที่ใช้เศษผ้าของลาวที่มีความสวยงามมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับโดยใช้รูปทรงเลขาคณิตมาเป็นแนวทางในการออกแบบดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบโครงร่างการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษผ้าลาวด้วยการใช้แนวคิดจากรูปทรงเลขาคณิต

หลังจากที่ออกแบบแล้วจึงพัฒนาเป็นเครื่องประดับจากเศษผ้าลาวตามแนวทางที่พัฒนาขึ้นดัง  
แสดงได้ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงเครื่องประดับที่ได้จากการพัฒนาจากเศษผ้าลาวที่มีแนวคิดจากรูปทรงเลขาคณิต

## สรุปผลและอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าความต้องการเครื่องประดับของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ;  $SD. = 0.16$ ) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงต่างมีความต้องการในเครื่องประดับ ซึ่งความต้องการดังกล่าวนี้เป็นความต้องการในมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้ รวมถึงเครื่องประดับต้องมีความแตกต่างมีเอกลักษณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาเครื่องประดับผู้พัฒนาควรให้ความสำคัญกับความแตกต่าง แปลกใหม่และสามารถสวมใส่ได้จริงในโอกาสต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดารินันท์ นันทวงศ์และคณะ(2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า 1) การตัดสินใจซื้อและความชอบด้านการออกแบบเครื่องประดับนิลศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เลือกใช้การออกแบบโดยรวมจากโครงสร้างรูปทรงเลขาคณิตมากที่สุด รองลงมาคือรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติและรูปทรงอิสระ ตามลำดับ 2) ด้านการออกแบบลวดลายเลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือลวดลายเรขาคณิต และลวดลายอิสระ ตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลจากการศึกษาทำให้เห็นว่าการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการในเครื่องประดับอย่างแท้จริงนั้น สามารถทำให้ผู้พัฒนาเครื่องประดับสามารถนำความต้องการที่ได้มาออกแบบเครื่องประดับให้มีรูปแบบที่สวยงามตามความต้องการได้ และสามารถพัฒนาสู่การทำธุรกิจเครื่องประดับได้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการในการใช้เครื่องประดับที่เป็นเพศหญิงเท่านั้น หากต้องการให้เกิดความครอบคลุมในความต้องการอาจทำการศึกษากับผู้บริโภคที่เป็นเพศชายด้วย เพื่อให้สามารถพัฒนาเครื่องประดับได้อย่างกว้างขวาง

2. การศึกษาเพื่อการต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นอาจทำการศึกษาความคาดหวังกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จริงและความเหมาะสมกับการสวมใส่ในโอกาสต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการสำรวจมาพัฒนาเครื่องประดับให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอนาคตและสามารถขยายตลาดการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสิ่งของเหลือใช้ที่เหมาะสมต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

ดารินันท์ นันทวงศ์และคณะ. (2558). การศึกษาการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. *BU ACADEMIC REVIEW*, 14(2), 256-269.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2562). สืบค้น 15 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.905.1.0.html>

*Posttoday*. (2561). สืบค้น 15 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.posttoday.com/market/news/552897>  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2ahUKewi345rx9f7iAhVJi3AKHQ1D60QFjACegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fwww.thaifta.com%2Fthaifta%2FPortals%2F0%2FFile%2Fvol3Ch\\_4\\_jewellery.doc&usg=AOVaw0F7jnT3UTwFOTWoc5keJxm](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2ahUKewi345rx9f7iAhVJi3AKHQ1D60QFjACegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fwww.thaifta.com%2Fthaifta%2FPortals%2F0%2FFile%2Fvol3Ch_4_jewellery.doc&usg=AOVaw0F7jnT3UTwFOTWoc5keJxm) 20 เมษายน 2562.