RESEARCH ARTICLE

Consumer Behavior of Local Hand-woven textile: A Case Study in Hat Yai District, Songkhla Province, Thailand

Wanna Prayukvong[1] and Amporn Sornprasit[2]
[1]**M.Econ.(Economics), Assistant Professor**
Faculty of Management Science, Ubol Rajathanee University
E-mail: wanna_PR@yahoo.com
[2] **M.Sc.(Pharmacology), Director**
Art & Culture Center, Prince of Songkla University

Abstract

This research aimed to study the behavior of the consumers of southern Thai hand-woven cloth, in Hat Yai district of Songkhla province. The data were collected using a questionnaire. It was found that among 710 people who used southern Thai hand-woven cloth, the majority of them were female, married and older than 40. Most of them resided in the South, worked in government agencies, and earned less than 10,000 baht a month. Most hand-woven cloth often used by these respondents came from Ko Yo district in Songkhla province. The main reason for buying southern Thai hand-woven cloth was its uniqueness. The cloth was bought from shops and was custom-tailored. Most respondents thought southern Thai hand-woven cloth was reasonably priced and of medium quality. They felt proud to use made-in-Thailand products, and to be able to conserve Thai heritage and help local craftsmen. Generally, the respondents' satisfaction level was moderate. The problems of southern Thai hand-woven cloth included color run, shrinkage and broken seams after cut.

Keywords: consumer behavior, Hat Yai district, Songkhla province, southern Thai hand-woven textile

Songklanakarin Journal of Social Sciences and Humanities 11(4) **Oct. - Dec.** 2005: 381-396
รับต้นฉบับ 3 สิงหาคม 2547 ปรับปรุง-แก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ 24 มิถุนายน 2548
รับลงตีพิมพ์ 18 สิงหาคม 2548

บทความวิจัย

พฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้: กรณีศึกษาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วรรณา ประยุกต์วงศ์[1] และ อัมพร ศรประสิทธิ์[2]
[1]ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์), ผู้ช่วยศาสตราจารย์
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
[2]วทม.(เภสัชวิทยา), ผู้อำนวยการ
โครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ของผู้ใช้ที่อยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ในจำนวนผู้ที่เคยใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ 710 คนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปี สมรสแล้ว มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ทำงานในหน่วยงานของรัฐ และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผ้าทอที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นผ้าที่ผลิตจากตำบลเกาะยอ จังหวัดสงขลา เหตุผลอันดับแรกที่เลือกซื้อผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้คือ ความมีเอกลักษณ์ เลือกซื้อผ้าทอจากร้านจำหน่ายแล้วนำไปตัดเย็บ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ผ้าทอที่ซื้อมามีราคาเหมาะสม และคุณภาพปานกลาง เมื่อสวมใส่ผ้าทอแล้ว รู้สึกภูมิใจที่ได้ใช้ของไทย ได้อนุรักษ์ผ้าไทยและมีส่วนช่วยผู้ผลิต โดยทั่วไปมีความพึงพอใจผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ในระดับปานกลาง ปัญหาจากการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ คือ ซักแล้วสีตก ผ้าหดตัวและตะเข็บแยกหลังตัดเย็บแล้ว

คำสำคัญ: จังหวัดสงขลา, ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้, พฤติกรรมผู้บริโภค, อำเภอหาดใหญ่

บทนำ

คนในสังคมปัจจุบันนิยมบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าการซื้อผ้าแล้วนำไปตัดเป็นเสื้อผ้า อันเนื่องจากความสะดวกในการหาซื้อ ความหลากหลายของรูปแบบ ความรวดเร็วทันใจ และราคาที่ถูกกว่า อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้นิยมซื้อผ้าและนำไปตัดเสื้อหรือชุดเพื่อให้ได้แบบและขนาดตามความเหมาะสมหรือความสอดคล้องกับโอกาสในการใช้งาน และสามารถบ่งบอกถึงรสนิยมและความเป็นเอกลักษณ์ของผู้สวมใส่อีกด้วย ผ้าที่นำมาตัดเสื้อโดยส่วนใหญ่เป็นผ้าทอหรือผ้าชิ้นจากโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า แต่ก็ยังมีการใช้ผ้าทอพื้นบ้านที่มาจากการทอผ้าของชาวบ้านในหมู่บ้านในชนบทของประเทศไทยซึ่งเป็นอุตสาหกรรมครัวเรือนได้รับความนิยมอยู่บ้าง แม้จะไม่มีข้อมูลตัวเลขการบริโภคผ้าทอพื้นบ้านของไทยในแต่ละปี แต่สัดส่วนของการบริโภคผ้าทอ

พื้นบ้านน่าจะอยู่ในปริมาณที่น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณการบริโภคผ้าโดยรวม อันเนื่องมาจากขนาดของกำลังการผลิตที่เป็นงานหัตถกรรม และจำนวนช่างทอผ้าพื้นบ้านที่มีอยู่ไม่มากและกระจัดกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศไทย รวมถึงโอกาสของการเข้าถึงผู้บริโภคและช่องทางการตลาด

ผ้าทอพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชนชาติไทย ซึ่งคนในรุ่นปัจจุบันพยายามอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าและลวดลายผ้าอันเป็นเอกลักษณ์ของบรรพบุรุษไว้ โดยการทอผ้าพื้นบ้านและนำมาจำหน่ายเพื่อเป็นอาชีพเสริมให้กับตนเองและคนในชุมชน ทำให้ผู้นำผ้าทอพื้นบ้านมาตัดเสื้อผ้านอกจากจะได้สวมใส่เสื้อผ้าตามแบบและขนาดที่ต้องการแล้ว ยังได้เป็นผู้อนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นไทย และได้ช่วยกระจายรายได้ให้คนในชนบทมีรายได้เสริมเป็นการลดช่องว่างความแตกต่างด้านรายได้ระหว่างภาคเมืองและภาคชนบทอีกทางหนึ่งโดยผู้ใช้ผ้าทออาจมิได้ตระหนักถึงมาก่อน

ในอดีตท้องถิ่นของภาคใต้มีการทอผ้าใช้กันเองในหมู่บ้านซึ่งมิได้แตกต่างไปจากภูมิภาคอื่น โดยส่วนใหญ่มีเทคนิคการทอผ้าที่เรียกว่า "การทอยกดอก" โดยการก่อเขาหรือผูกตะกอด้ายเส้นยืน ซึ่งมีทั้งตะกอด้านบนและด้านล่างเพื่อสร้างลวดลายตามต้องการ (อัมพร ศรประสิทธิ์, มปป., 3) ในแต่ละท้องถิ่นมีการทอผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น แต่เมื่อมีการพัฒนาประเทศให้เข้าสู่ความเจริญตามแบบประเทศที่พัฒนาแล้ว ทำให้ชาวบ้านในชนบทไม่จำเป็นต้องผลิตสิ่งต่าง ๆ เพื่อใช้เอง รวมถึงการทอผ้า อันเนื่องจากมีสินค้าจากโรงงานเข้ามาแทนที่ ส่งผลให้การทอผ้าพื้นบ้านภาคใต้อยู่ในภาวะซบเซา และขาดการสืบทอด มีช่างทอเพียงไม่กี่คนที่ยังคงทอผ้าอยู่ด้วยความเคยชิน จนได้มีการฟื้นฟูและส่งเสริมให้มีการทอผ้าจากหน่วยงานภายนอก และทำให้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้เริ่มแพร่หลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น ผ้าทอพื้นบ้านที่ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผ้าทอพื้นบ้านที่ตำบลนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง เป็นต้น

จากนโยบายรัฐบาลในปัจจุบันที่มุ่งแก้ปัญหาความยากจนของภาคชนบทโดยริเริ่มโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้ทุกตำบลมุ่งหาผลิตภัณฑ์ตัวแทนของชุมชนที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น และคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในแต่ละประเภทของจังหวัดและภาคตามลำดับ เพื่อทำการส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้เสริมให้กับท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง เมื่อมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดีเด่นในระดับภาคใต้ในปี 2546 ที่ผ่านมา จึงมีผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวนเกือบ 200 ผลิตภัณฑ์ จากทุกจังหวัดในภาคใต้ หรือกว่าร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์ที่เข้ารับการคัดเลือกทั้งหมด

ผลของการประชาสัมพันธ์และการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยการจัดกิจกรรมการขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่องในกรุงเทพฯ และทุกภูมิภาคของประเทศ ก่อให้เกิดกระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นอย่างมากมายในสังคมไทยส่งผลให้ผู้ทำผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นในภาพรวมของประเทศ อาจถือได้ว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นนโยบายของภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมด้านการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งอดีตส่วนใหญ่เน้นส่งเสริมด้านการผลิตแต่เพียงด้านเดียว แต่ทั้งนี้กระแสความนิยมดังกล่าวจะอยู่คู่กับสังคมไทยตลอดไป หรือเป็นเพียงกระแสชั่วครั้งชั่วคราวตราบเท่าที่มีนโยบายสนับสนุนเท่านั้น นอกจากนี้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นหรือช่างทอผ้าพื้นบ้านก็ยังไม่มีความเข้าใจในการบริหารการตลาดที่เพียงพอ แม้ว่าจะมีการจัดการฝึกอบรมเรื่องการตลาดให้กับผู้ผลิตหรือคนในชุมชนแล้วก็ตาม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นโดยส่วนใหญ่ยังเข้าใจขอบเขตของการตลาดอยู่เฉพาะการขายสินค้าเท่านั้น และยังต้องพึ่งพิงการช่วยเหลือจากภาครัฐโดยเฉพาะการนำผู้ผลิตไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น ในส่วนของภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมโดยตรงก็ยังขาดข้อมูลสนับสนุนในการวางแผนด้านการตลาด โดยเฉพาะข้อมูลเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นว่าเป็นอยู่อย่างไร เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนความรู้สึกหรือความพึงพอใจเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร ทำให้ยากต่อการสรุปว่าอนาคตผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นรวมถึงผ้าทอพื้นบ้านจะเป็นอยู่อย่างไร

โครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม ได้จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ขึ้น โดยทำการฟื้นฟูและส่งเสริมให้คนในชุมชนหันกลับมาทอผ้าพื้นบ้านกันใหม่ในขณะเดียวกันก็จัดให้มีกิจกรรมการปลูกจิตสำนึกให้คนเห็นคุณค่าและมีความรักความหวงแหนในมรดกวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ในหลายกิจกรรม และทำในเรื่องการส่งเสริมการขายผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ไปพร้อมๆ กัน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา ดังนั้น การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ นอกจากทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้นับตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจใช้ การใช้ และความพึงพอใจหลังการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้แล้ว ยังสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนการบริหารการตลาดและการวางแผนการผลิตผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ที่เหมาะสมได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ของคนในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

ขอบเขตการศึกษา

ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ในการศึกษานี้เป็นผ้าทอซึ่งสืบทอดภูมิปัญญามาจากบรรพบุรุษ ซึ่งปรากฏใน 4 แหล่ง ในจังหวัดต่าง ๆ (อัมพร ศรประสิทธิ์ และ วรรณา ประยุกต์วงศ์, 2545, 292) คือ

1. จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในบ้านหัวเลน ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ ตำบลท่ากระจาย อำเภอท่าชนะ
2. จังหวัดนครศรีธรรมราช ในตำบลท่างิ้ว ตำบลนาเคียน ตำบลกำแพงเซา อำเภอเมือง และ ตำบลนาสาร อำเภอพระพรหม
3. จังหวัดตรัง ในตำบลนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง
4. จังหวัดสงขลา ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง

ผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ในการศึกษานี้เป็นผู้ใช้ที่อยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเท่านั้น ส่วนประเด็นในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ผ้าทอจะครอบคลุมตั้งแต่การตัดสินใจซื้อ การใช้ และพฤติกรรมหลังการใช้หรือความพึงพอใจจากการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

การสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในสินค้าที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม เช่น อาหารทะเล อาหารจานด่วน ฯลฯ ไม่ปรากฏงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอพื้นบ้านหรือผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่นโดยตรง ที่มีอยู่บ้างก็เป็นการสำรวจตลาดสินค้าของที่ระลึกของฝ่ายสำรวจอุตสาหกรรมเพื่อกระจายไปยังภูมิภาค กระทรวงอุตสาหกรรม (2527) โดยทำการสำรวจตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อวางโครงการพัฒนาอุตสาหกรรม ณ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในส่วนของที่ระลึกยังอยู่ในอัตราต่ำเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากแหล่งพื้นที่อื่นเกือบทั้งหมดและไม่มีการส่งเสริมให้มีการผลิตของที่ระลึกบนเกาะนี้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการตลาด คือ เป็นตลาดที่มีฤดูกาลตามฤดูกาลของนักท่องเที่ยว ไม่มีสินค้าที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สินค้าขาดการบรรจุหีบห่อที่แข็งแรงทำให้แตกเสียหายง่ายในระหว่างขนส่ง และราคาสินค้ายังขึ้นอยู่กับความพึงพอใจระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายอีกด้วย

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการศึกษานี้หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ (ปริญ ลักษิตานนท์, 2544, 54) พฤติกรรมผู้บริโภคจึงครอบคลุมกิจกรรมตามที่ปรากฏในแผนภาพ

โดยครอบคลุมการศึกษาตั้งแต่

1. พฤติกรรมก่อนการใช้ผ้าทอพื้นบ้าน ได้แก่ ลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้าน และเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

2. การตัดสินใจใช้ผ้าทอ ได้แก่ แหล่งผ้าทอพื้นบ้านที่ใช้ สถานที่ซื้อ การนำผ้าทอพื้นบ้านไปใช้ ราคาของผ้าทอพื้นบ้าน และความคิดเห็นต่อคุณภาพของผ้าทอพื้นบ้าน

3. พฤติกรรมหลังใช้ผ้าทอพื้นบ้าน ได้แก่ ความรู้สึกจากการใช้ผ้าทอพื้นบ้าน ความพึงพอใจ และปัญหาที่ประสบ

ส่วนการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้ผ้าทอ ประกอบด้วยตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ดังนี้

ตัวแปรตามในการศึกษานี้คือความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ วัดค่าตัวแปรโดยใช้สเกลอันดับจากความพึงพอใจน้อยไปหาความพึงพอใจมากที่สุด

ส่วนตัวแปรอิสระในการศึกษานี้ คือ ปัจจัยต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจจนถึงหลังการใช้ผ้าทอพื้นบ้าน โดยสามารถแบ่งกลุ่มของปัจจัยออกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1) ลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้าน ประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

- เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศหญิง หรือเพศชาย
- อายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นค่าตัวแปรโดยใช้สเกลอันดับจากน้อยไปหามาก
- สถานภาพการสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เป็นโสด หรือสมรส หรือเคยสมรส
- ภูมิลำเนาเดิม ของผู้ตอบแบบสอบถามว่าเป็นคนในภูมิลำเนาภาคใต้หรือไม่
- รายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นค่าตัวแปรโดยใช้สเกลอันดับจากน้อยไปหามาก
- รายจ่ายต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นค่าตัวแปรโดยใช้สเกลอันดับจากน้อยไปหามาก

2) เหตุผลในการตัดสินใจใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจครอบคลุมมิติการตัดสินใจกว้างขวางเพียงใด นับตั้งแต่มิติที่ 1 คือ มิติที่พิจารณาเฉพาะผลประโยชน์ที่ตนเองได้รับ ซึ่งสะท้อนอยู่ในการให้เหตุผลในการตัดสินใจ คือ เรื่องราคา สี ลวดลาย เนื้อผ้า มิติที่ 2 คือ มิติที่พิจารณาถึงผลประโยชน์สังคมในการรักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือของภูมิภาคไว้ ซึ่งสะท้อนอยู่ในการตัดสินใจใช้ผ้าทอพื้นบ้านเมื่อพิจารณาถึงความเป็นเอกลักษณ์ หรือความเป็นสินค้าหัตถกรรม ที่มีอยู่ในผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ และมิติที่ 3 คือ มิติที่พิจารณาถึงผลประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์หรือคนในสังคมท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนอยู่ในการตัดสินใจใช้ผ้าทอพื้นบ้านเพราะเห็นว่าเป็นการช่วยชาวบ้านผู้ผลิต

ดังนั้นจำนวนมิติที่มากย่อมสะท้อนถึงว่าผู้บริโภคคนนั้นใช้เหตุผลในการตัดสินใจที่ไม่จำกัดเฉพาะผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับส่วนตนเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงผลประโยชน์ของสังคม ประเทศชาติ และเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

3) ส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีการตลาดในปัจจุบันเห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวทางการตลาดคือส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ 1) ตัวผลิตภัณฑ์ 2) ราคาผลิตภัณฑ์ 3) การกระจายสินค้า 4) การส่งเสริมการขาย

ปัจจัยในการศึกษานี้เป็นปัจจัยที่อยู่ใน 3 องค์ประกอบแรกเท่านั้น สาเหตุที่ไม่นับรวมด้านการส่งเสริมการขายเนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลได้มีนโยบายในการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้คนไทยหันมาให้

คุณค่าต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นอยู่แล้ว ดังนั้น ปัจจัยในการศึกษาในกลุ่มส่วนประสมทางการตลาด จึงประกอบด้วย

- ความคิดเห็นต่อคุณภาพของผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ (qua) วัดค่าตัวแปรโดยใช้สเกลอันดับจากน้อย หรือคุณภาพแย่มากไปหามาก หรือคุณภาพดีมาก
- จำนวนรูปแบบที่ผู้ใช้นำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านไปใช้ (for)
- ความคิดเห็นต่อราคาผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ วัดค่าตัวแปรโดยใช้สเกลอันดับจากน้อย หรือคิดว่าราคาถูกเกินไป ไปหามาก หรือคิดว่าราคาแพงเกินไป
- จำนวนช่องทางในการซื้อผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ของผู้เคยใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

4) ความรู้สึกในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ (Feeling) สามารถแบ่งความรู้สึกที่ผู้เคยใช้ผ้าทอพื้นบ้านตอบได้ ดังนี้

- ความรู้สึกในทางลบเมื่อใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ได้แก่ ความรู้สึกต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ รู้สึกว่าใช้ของเชย หรือไม่มั่นใจในตัวเอง หรือรู้สึกเป็นผู้ใหญ่เกินไป และจะมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อเลือกตอบความรู้สึกเหล่านี้ในข้อหนึ่งข้อใด หรือหลายข้อ
- ความรู้สึกเรื่องรสนิยมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ได้แก่ ความรู้สึกต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ รู้สึกว่าแปลกกว่าคนอื่น รู้สึกว่าเป็นคนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือรู้สึกเป็นทางการ และมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อเลือกตอบความรู้สึกเหล่านี้ในข้อหนึ่งข้อใด หรือหลายข้อ
- ความรู้สึกเรื่องผลประโยชน์ของสังคม ได้แก่ ความรู้สึกต่างๆ ต่อไปนี้ คือ รู้สึกภูมิใจที่ได้ใช้ของไทย รู้สึกได้ช่วยอนุรักษ์ผ้าไทย รู้สึกภูมิใจที่ได้ช่วยชาวบ้าน หรือรู้สึกว่าเป็นคนมีคุณค่า และมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อเลือกตอบความรู้สึกเหล่านี้ในข้อหนึ่งข้อใดหรือหลายข้อ

5) ปัญหาในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ คือ จำนวนปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่มีข้อมูลรายชื่อและที่อยู่ของผู้ใช้ผ้าทอ ทำให้ต้องรวบรวมข้อมูลด้วยการเลือกตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น หรือการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านซึ่งยินดีส่งแบบสอบถามกลับมา

แม้ว่าไม่มีข้อมูลรายชื่อและที่อยู่ของผู้ใช้ผ้าทอ แต่จากประสบการณ์การส่งเสริมและพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ของโครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ซึ่งดำเนินการมากว่า 10 ปี โดยเฉพาะการรณรงค์ด้วยการทำกิจกรรมต่าง ๆ และการช่วยจำหน่ายผ้าทอพื้นบ้านให้กับชุมชนทำให้รู้จักผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านและเกิดเครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการขึ้น กอปรกับรัฐบาลได้มีนโยบายรณรงค์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น หลายหน่วยงานได้จัดให้มีกิจกรรมการรณรงค์ขึ้นโดยให้สวมชุดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากผ้าทอพื้นบ้าน ทำให้ได้กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาจาก 3 แหล่ง ซึ่งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ คือ

1. บุคลากรในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
2. ผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้าน (ภายนอกมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) ที่เป็นเครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการของโครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม หรือกลุ่มผู้ใช้ผ้าทอ
3. หน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายให้สวมชุดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากผ้าทอพื้นบ้าน หรือกลุ่มหน่วยงาน

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิดเป็นส่วนใหญ่ มีคำถามปลายเปิดในเรื่องข้อเสนอแนะในการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านและชื่อ ที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อการติดต่อข้อมูลข่าวสารในอนาคต ส่วนวิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษานี้ใช้วิธีการทอดแบบ คือ ส่งแบบสอบถามไปในหน่วยงานต่าง ๆ ในกลุ่มเป้าหมายข้างต้น โดยให้ผู้สนใจตอบแบบสอบถามจากการประเมินด้วยตนเอง แล้วส่งแบบสอบถามนั้นกลับมายังผู้วิจัย โดยใช้เวลาในการส่งแบบสอบถามและรับแบบสอบถามกลับในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงธันวาคม พ.ศ. 2545

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการใช้โปรแกรม SPSS+for Windows ประกอบด้วยการวิเคราะห์ใน 2 รูปแบบ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านในทุกประเด็นรวมถึงประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยการวิเคราะห์ความถี่ของค่าตัวแปรและค่าอัตราส่วนร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้าน หลังจากที่ทำการแปลงค่าของตัวแปรต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับการให้ค่าตัวแปรตามกรอบแนวคิด และทำการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณและสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ผลการศึกษา

จำนวนแบบสอบถามที่ส่งทั้งหมดมีจำนวน 2,338 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับ จำนวน 1,050 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 44.9 เป็นแบบสอบถามของผู้เคยใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้อยู่ในปัจจุบัน จำนวน 710 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 30.4 ดังข้อมูลในตาราง 1

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคลากรในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กลุ่มผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านภายนอกมหาวิทยาลัย และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายให้สวมชุดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากผ้าทอพื้นบ้าน ได้ผลการศึกษา ดังนี้

1. สภาวะเศรษฐกิจและสังคมของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ยกเว้นในกลุ่มผู้ใช้ผ้าทอส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25 – 35 ปี มีสถานภาพเป็นผู้สมรสแล้ว มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (กว่าร้อยละ 80) เกือบทั้งหมดเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐยกเว้นในกลุ่มผู้ใช้ผ้าทอ มีสัดส่วนของผู้ตอบแบบที่ทำงานในภาคเอกชนสูงถึง ร้อยละ 81 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ในขณะที่มีรายจ่ายน้อยกว่า 6,000 บาทต่อเดือน ยกเว้นในกลุ่มบุคลากรในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีรายได้ระหว่าง 10,001–15,000 บาท แต่มีรายจ่ายมากกว่า 12,000 บาท

2. การใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

จากข้อมูลการใช้ผ้าทอในตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ในประเด็นต่าง ๆ คือ

2.1 เกี่ยวกับการใช้ผ้าทอจากแหล่งต่าง ๆ และเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผ้าทอ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้ผ้าทอเกาะยอสูงที่สุด (มากกว่าร้อยละ 80) อันเนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งทอผ้าที่ตำบลเกาะยอ จังหวัดสงขลา และเป็นที่รู้จักแพร่หลายในท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน รองลงมาคือผ้าทอพุมเรียง และผ้าทอนาหมื่นศรี ตามลำดับ โดยให้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม ในกลุ่มบุคลากรมหาวิทยาลัยสงขลา–นครินทร์ให้เหตุผลจากการพิจารณาเรื่องลวดลายเป็นอันดับแรก และพิจารณาเนื้อผ้า เป็นอันดับที่ 2 ส่วนความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นบ้านเป็นเหตุผลอันดับที่ 3 สำหรับกลุ่มผู้ใช้ผ้าทอให้เหตุผลเรื่องเนื้อผ้ามาเป็นอันดับแรก ส่วนเรื่องความเป็นเอกลักษณ์และราคามาเป็นอันดับที่ 2 และที่ 3 และในกลุ่มหน่วยงานให้เหตุผลในเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นบ้านมาเป็นอันดับแรก ส่วนการได้ช่วยชาวบ้านผู้ผลิตและเรื่องเนื้อผ้ามาเป็นอันดับที่ 2 และที่ 3 แม้ว่าความถี่หรืออันดับของเหตุผลจะแตกต่างกัน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าความ

ตาราง 1 จำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์

รายการ	มอ.		ผู้ใช้ผ้าทอ		หน่วยงาน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. แบบสอบถามที่จัดส่ง	1,515	100.0	550	100.0	273	100.0	2,338	100.0
2. แบบสอบถามได้รับกลับ	550	36.3	346	62.9	154	56.4	1,050	44.9
3. แบบสอบถามของผู้เคยใช้ผ้าทอฯ	275	18.2	324	58.7	111	40.7	710	30.3

ตาราง 2 สภาวะเศรษฐกิจและสังคมของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้าน จำแนกตามลักษณะกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	มอ.		ผู้ใช้ผ้าทอ		หน่วยงาน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ								
หญิง	259	94.5	312	100.0	75	68.8	646	92.9
ชาย	15	5.5	0	0	34	31.2	49	7.1
รวม	274	100.0	312	100.0	109	100.0	695	100.0
ไม่มีข้อมูล	15							
2. อายุ								
น้อยกว่า 25 ปี	3	1.1	44	13.8	10	9.1	57	8.1
25 – 30 ปี	28	10.2	80	25.0	15	13.6	123	17.4
31 – 35 ปี	40	14.6	64	20.0	27	24.4	131	18.6
36 – 40 ปี	52	19.0	42	13.1	22	19.9	116	16.5
41 – 45 ปี	75	27.3	60	18.7	21	19.0	156	22.1
มากกว่า 45 ปี	77	27.8	31	9.4	16	14.0	124	17.3
รวม	275	100.0	321	100.0	111	100.0	707	100.0
ไม่มีข้อมูล	3							
3. สถานภาพ								
โสด	91	33.3	134	42.3	42	37.8	267	38.1
สมรส	182	66.7	183	57.7	69	62.2	434	61.9
รวม	273	100.0	317	100.0	111	100.0	701	100.0
ไม่มีข้อมูล	9							
4. ภูมิลำเนา								
ภาคเหนือ	8	2.9	4	1.3	0	0	12	1.7
ภาคกลาง	37	13.5	10	3.1	3	2.8	50	7.1
ภาค ต.อ.เฉียงเหนือ	1	0.4	4	1.3	1	0.9	6	0.9
ภาคใต้	228	83.2	301	94.4	103	96.3	632	90.3
รวม	274	100.0	319	100.0	107	100.0	700	100.0
ไม่มีข้อมูล	10							
5. หน่วยงาน								
ภาครัฐ	275	100	61	19	111	100	447	73
ภาคเอกชน	0	0	262	81	0	0	262	27
รวม	275	100	323	100	111	100	709	100
6. รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 6,000 บาท	11	4.0	24	7.5	16	14.4	51	7.2
6,000 – 10,000 บาท	51	18.5	199	62.6	29	26.1	279	39.6
10,001 – 15,000 บาท	94	34.2	44	13.8	29	26.1	167	23.7
15,001 – 20,000 บาท	48	17.5	28	8.8	17	15.3	93	13.2
มากกว่า 20,000 บาท	71	0.2	23	0.2	20	0.2	114	0.2
รวม	275	100.0	318	100.0	111	100.0	704	100.0
ไม่มีข้อมูล	6							
7. รายจ่ายต่อเดือน								
ต่ำกว่า 3,000 บาท	5	1.9	5	1.6	3	2.7	13	1.9
3,000 – 6,000 บาท	51	18.9	130	40.9	41	37.3	222	31.8
6,001 – 9,000 บาท	61	22.6	115	36.2	27	24.5	203	29.1
9,001 – 12,000 บาท	55	20.4	39	12.3	13	11.8	107	15.3
มากกว่า 12,000 บาท	98	36.3	29	9.1	26	23.6	153	21.9
รวม	270	100.0	318	100.0	110	100.0	698	100.0
ไม่มีข้อมูล	12							

เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้เป็นเหตุผลในอันดับที่ 1 ถึง 3 ของทุกกลุ่ม แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาเรื่องเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นบ้านในการเลือกซื้อ ผ้าทอพื้นบ้าน นอกเหนือไปจากการพิจารณาลักษณะของ ผืนผ้าพื้นบ้านในเรื่องเนื้อผ้าและลวดลาย

2.2 เกี่ยวกับแหล่งในการซื้อผ้าทอและราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องแหล่งในการซื้อผ้าทอมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม คือ ในกลุ่มบุคลากรมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กว่าร้อยละ 60 ซื้อผ้าทอตามงานเทศกาลต่าง ๆ ในกลุ่มผู้ใช้ผ้าทอกว่าร้อยละ 30 และในกลุ่มหน่วยงานกว่าร้อยละ 50 ซื้อผ้าทอจากร้านจำหน่ายมากที่สุด มีการนำผ้าไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบเดียวกันคือ นำไปตัดเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป กว่าร้อยละ 60 แต่อย่างไรก็ตามมีผู้ใช้บางส่วนนำผ้าทอไปใช้เป็นของใช้ส่วนตัว เช่น ผ้าคลุมไหล่ หรือผลิตภัณฑ์แปรรูป หรือของใช้ตกแต่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 70 เห็นว่าผ้าทอที่ซื้อมามีราคาสมเหตุสมผล และร้อยละ 30 เห็นว่าคุณภาพผ้าทอพื้นบ้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ใช้ผ้าในกลุ่มหน่วยงานเห็นว่าคุณภาพผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้อยู่ในระดับดี

2.3 เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

เมื่อได้สวมใส่ผ้าทอพื้นบ้านผู้ตอบแบบ–สอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 57 เกิดความรู้สึกในเรื่องการมีส่วนทำประโยชน์ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสังคมมากที่สุด คือ เกิดความรู้สึกภูมิใจที่ได้ช่วยอนุรักษ์ผ้าไทย ภูมิใจที่ได้ใช้ของไทย และภูมิใจที่ได้มีส่วนช่วยชาวบ้าน และเกิดความรู้สึกเรื่องรสนิยมจากการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้รองลงมาร้อยละ 49 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เกิดความรู้สึกเมื่อสวมใส่ผ้าทอแล้ว รู้สึกเป็นผู้ใหญ่เกินไปเพียงร้อยละ 14

2.4 เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้และปัญหาที่เกิด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้ผ้าทออยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ใช้ผ้าในกลุ่มบุคลากรมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ในระดับปานกลาง และในระดับน้อยเป็นลำดับรองลงมา ปัญหาจากการใช้ผ้าทอพื้นบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ซักแล้วสีตก เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ใช้ไปนานๆ ผ้าจะหดตัว และตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าแล้วตะเข็บแยก

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้าน

เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาแปลงค่าตามกรอบความคิดในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนและสหสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละกลุ่มกับจำนวนปัญหา และความพึงพอใจพบว่าตัวแปรอิสระในแต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการตัดคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ดังกล่าวออกไป 1 ตัว ทำให้มีปัจจัยที่เหลือของแต่ละกลุ่มปัจจัย ดังนี้

ก. กลุ่มลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ มีปัจจัย: อายุ

ข. กลุ่มเหตุผลในการตัดสินใจ มีปัจจัย: จำนวน มิติเหตุผล

ค. กลุ่มส่วนประสมทางการตลาด มีปัจจัย: ความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอ ราคาผ้าทอ

ง. กลุ่มความรู้สึกต่อการใช้ผ้าทอ มีปัจจัย: ความรู้สึกในรสนิยมการใช้ผ้าทอ และความรู้สึกเรื่องผลประโยชน์สังคม

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณและสห–สัมพันธ์ของข้อมูลภาพรวมทั้งหมดและข้อมูลในแต่ละกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ดังปรากฏในตาราง 4

ผลการวิเคราะห์ในแต่ละกลุ่มดังนี้

ภาพรวมข้อมูลทั้งหมด

พบว่าปัจจัยต่างๆ ข้างต้นมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีสัดส่วนของข้อมูลที่ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านเพียงร้อยละ 11.5 (ค่า R^2_{adj} = .115)

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่ามีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (พิจารณาจากความน่าจะเป็นของข้อมูลหรือค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า 0.05) โดย

ตารางที่ 3 ข้อมูลการใช้ผ้าทอพื้นบ้าน จำแนกตามลักษณะกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	มอ.		ผู้ใช้ผ้าทอ		หน่วยงาน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เคยใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 แหล่ง)								
ผ้าเกาะยอ	240	87.3	274	84.6	95	85.6	609	85.8
ผ้าพุมเรียง	68	24.7	49	15.1	10	9.0	127	17.9
ผ้านาหมื่นศรี	106	38.5	65	20.1	21	18.9	192	27.0
ผ้ายกนคร	17	6.2	15	4.6	6	5.4	38	5.4
ผ้าแพรกหา	0	0	16	4.9	10	9.0	26	3.7
ผ้าจวนตานี	0	0	12	3.7	14	12.6	26	3.7
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด*	275	100.0	324	100.0	111	100.0	710	100.0
2. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)								
ลวดลาย	118	42.9	122	37.7	0	0	240	33.8
เนื้อผ้า	118	42.9	135	41.7	42	37.8	295	41.5
ความเป็นเอกลักษณ์	108	39.3	123	38.0	46	41.4	277	39.0
สี	95	34.5	90	27.8	29	26.1	214	30.1
ราคา	95	34.5	122	37.7	0	0	217	30.6
ได้ช่วยชาวบ้านผู้ผลิต	85	30.9	72	22.2	45	40.5	202	28.5
เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	69	25.1	53	16.4	0	0	122	17.2
โอกาสในการใช้งาน	67	24.4	107	33.0	40	36.0	214	30.1
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด*	275	100.0	324	100.0	111	100.0	710	100.0
3. ซื้อผ้าทอจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 แห่ง)								
ตามงานเทศกาลต่างๆ	187	68.0	101	31.2	45	40.5	333	46.9
ไปซื้อที่ร้านจำหน่าย	159	57.8	117	36.1	65	58.6	341	48.0
มีผู้นำมาเสนอ	137	49.8	85	26.2	26	23.4	248	34.9
ซื้อจากแหล่งท่องเที่ยว	123	44.7	98	30.2	39	35.1	260	36.6
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด*	275	100.0	324	100.0	111	100.0	710	100.0
4. การนำผ้าทอพื้นบ้านไปใช้ในรูปแบบต่างๆ (ตอบได้มากกว่า 1 รูปแบบ)								
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	189	68.7	198	61.1	103	92.8	490	69.0
ของใช้	106	38.5	90	27.8	0	0	196	27.6
ผลิตภัณฑ์แปรรูป	72	26.2	56	17.3	11	9.9	139	19.6
ของใช้ตกแต่ง	58	21.1	26	8.0	10	9.0	94	13.2
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด*	275	100.0	324	100.0	111	100.0	710	100.0
5. ราคาผ้าทอที่ซื้อมา								
ถูกเกินไป	2	0.7	3	0.9	0	0	5	0.7
สมเหตุสมผล	199	73.9	260	82.8	80	74.0	539	78.0
แพงเกินไป	68	25.4	51	16.3	28	26.0	147	21.3
รวม	269	100.0	314	100.0	108	100.0	691	100.0
ไม่มีข้อมูล	19							
6. คุณภาพผ้าทอพื้นบ้านอยู่ในระดับ								
ควรปรับปรุง	46	17.8	40	13.2	4	3.7	90	13.5
พอใช้	46	17.8	51	16.9	16	15.0	113	16.9
ปานกลาง	95	36.8	118	39.2	23	21.6	236	35.4
ดี	65	25.1	82	27.2	49	46.2	196	29.4
ดีมาก	6	2.5	10	3.5	14	13.5	30	4.8
รวม	258	100.0	301	100.0	106	100.0	665	100.0
ไม่มีข้อมูล	45							

ตารางที่ 3 ข้อมูลการใช้ผ้าทอพื้นบ้าน จำแนกตามลักษณะกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	มอ.		ผู้ใช้ผ้าทอ		หน่วยงาน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ความรู้สึกเมื่อสวมใส่ผ้าทอ (ตอบได้มากกว่า 1 รายการ)								
ไม่มั่นใจในตัวเอง	6	2.2	5	1.5	6	5.4	17	2.4
รู้สึกว่าเป็นผู้ใหญ่เกินไป	38	13.8	62	19.1	0	0	100	14.1
แปลกกว่าคนอื่น	18	6.5	6	1.9	0	0	24	3.4
เป็นคนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	50	18.2	32	9.9	25	22.5	107	15.1
รู้สึกเป็นทางการ	65	23.6	65	20.1	21	18.9	151	21.3
ภูมิใจที่ได้ใช้ของไทย	153	55.6	178	54.9	64	57.7	395	55.6
ได้ช่วยอนุรักษ์ผ้าไทย	191	69.5	218	67.3	0	0	409	57.6
ภูมิใจที่ได้มีส่วนช่วยชาวบ้าน	153	55.6	140	43.2	57	51.4	350	49.3
รู้สึกว่าเป็นคนมีคุณค่า	47	17.1	45	13.9	8	7.2	100	14.1
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด*	275	100.0	324	100.0	111	100.0	710	100.0
8. ความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้								
น้อยมาก	10	3.7	16	5.0	3	2.7	29	4.1
น้อย	48	17.7	34	10.6	8	7.2	90	12.8
ปานกลาง	183	67.7	227	71.1	70	63.6	480	68.6
มาก	27	10.0	37	11.5	28	25.4	92	13.1
มากที่สุด	2	0.9	5	1.8	1	1.1	8	1.4
รวม	270	100.0	319	100.0	110	100.0	699	100.0
ไม่มีข้อมูล	11							
9. ปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ (ตอบได้มากกว่า 1 ปัญหา)								
ซักแล้วสีตก	124	45.1	162	50.0	41	36.9	327	46.1
ตัดเย็บเสื้อผ้าแล้วตะเข็บแยก	99	36.0	125	38.6	16	14.4	240	33.8
รีดยาก	97	35.3	87	26.9	21	18.9	205	28.9
เนื้อผ้าหยาบ	83	30.2	89	27.5	26	230.4	198	27.9
ยับง่าย	73	26.5	59	18.2	16	14.4	148	20.8
ลวดลาย	68	24.7	68	21.0	17	15.3	153	21.5
ใช้นาน ๆผ้าจะหดตัว	54	19.6	98	30.2	27	24.3	179	25.2
สวมใส่แล้วรู้สึกร้อน	52	18.9	53	16.4	17	15.3	122	17.2
ผ้ามีตำหนิ	41	14.9	51	15.7	0	0	92	13.0
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด*	275	100.0	324	100.0	111	100.0	710	100.0

หมายเหตุ: ค่าร้อยละเทียบจากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

เรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจ (ค่า Beta) จากมากไปน้อยได้ คือ ความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอ จำนวนมิติเหตุผล ความรู้สึกเรื่องผลประโยชน์สังคม ความรู้สึกในรสนิยมการใช้ผ้าทอ หมายถึง ผู้ใช้ผ้าทอที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอในทางดีขึ้น และให้เหตุผลที่เน้นประโยชน์สังคม (หรือเพิ่มจำนวนมิติเหตุผล) และเกิดความรู้สึกในรสนิยมการใช้หรือเอกลักษณ์ของผ้าทอ และเกิดความรู้สึกในเรื่องผลประโยชน์ทางสังคม จะมีความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้มากขึ้น

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ คือ อายุ และราคาผ้าทอซึ่งมีเครื่องหมายเป็นลบ แสดงว่าอายุของผู้ใช้ผ้าทอที่มากขึ้นกลับมีความพึงพอใจต่อการใช้ผ้าทอที่ลดลง หากมองในอีกด้านตรงข้ามย่อมแสดงว่าคนที่มีอายุน้อยกว่าหรือคนในรุ่นถัดไปมีแนวโน้มความพึงพอใจมากกว่า ย่อมทำให้เห็นถึงโอกาสในการเผยแพร่ชื่อเสียงของผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้

รายการ	ทั้งหมด	มอ.	ผู้ใช้ผ้าทอ	หน่วยงาน
1. Durbin Watson	1.975	2.084	1.849	2.108
2. R^2_{adj}	0.115	0.093	0.107	0.145
3. F ค่า F, องศาอิสระ 6	15.802	5.512	7.166	4029
ค่า Sig.	0	0	0	0
4. ปัจจัย				
4.1 ค่าคงที่				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย (B)	2.635	2.328	2.67	3.414
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ (std. Error)	0.186	0.296	0.285	0.524
ค่า สปส.ความถดถอย (Beta)				
ค่าสถิติ t	14.192	7.871	9.364	6.52
ค่า Sig.	0	0	0	0
4.2 อายุ				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย	−0.033	−1.78E−02	−3.67E−02	−2.24E−02
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ	0.016	0.029	0.023	0.041
ค่า สปส.ความถดถอย	−0.078	−0.037	−0.087	−0.051
ค่าสถิติ t	−2.147	−0.62	−1.597	−0.542
ค่า Sig.	0.032	0.536	0.111	0.589
4.3 ราคาผ้าทอ				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย	−0.173	−9.69E−02	−0.198	−0.37
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ	0.059	0.087	0.097	0.148
ค่า สปส.ความถดถอย	−0.108	−0.066	−0.111	−0.244
ค่าสถิติ t	−2.956	−1.117	−2.042	−2.507
ค่า Sig.	0.003	0.265	0.042	0.014
4.4 จำนวนมิติเหตุผล				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย	0.104	0.161	7.88E−02	1.95E−02
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ	0.036	0.057	0.053	0.089
ค่า สปส.ความถดถอย	0.11	0.171	0.083	0.021
ค่าสถิติ t	2.921	2.826	1.479	0.218
ค่า Sig.	0.004	0.005	0.14	0.828
4.5 คุณภาพของผ้าทอ				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย	0.104	0.14	9.39E−02	0.105
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ	0.018	0.03	0.028	0.051
ค่า สปส.ความถดถอย	0.248	0.277	0.184	0.2
ค่าสถิติ t	6.787	4.68	3.392	2.066
ค่า Sig.	0	0	0.001	0.041
4.6 ความรู้สึกในเรื่องรสนิยม				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย	0.098	0.004	0.135	0.209
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ	0.052	0.079	0.084	0.132
ค่า สปส.ความถดถอย	0.068	0.03	0.088	0.149
ค่าสถิติ t	1.881	0.512	1.614	1.579
ค่า Sig.	0.06	0.609	0.108	0.117
4.7 ความรู้สึกในผลประโยชน์สังคม				
สัมประสิทธิ์ความถดถอย	0.182	0.005	0.379	0.12
ค่าความคลาดเคลื่อนฯ	0.068	0.105	0.108	0.163
ค่า สปส.ความถดถอย	0.101	0.029	0.195	0.076
ค่าสถิติ t	2.692	0.476	3.518	0.735
ค่า Sig.	0.007	0.635	0.001	0.464

ในหมู่คนรุ่นถัดไปย่อมมีมากกว่า ส่วนในเรื่องราคาซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในทางลบ อาจเกิดจากผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านไม่ทราบขั้นตอนการทอผ้าทำให้ไม่เห็นถึงกระบวนการและขั้นตอนที่มีความซับซ้อนและต้องใช้การร่วมมือจากคนหลายคนจึงทำให้เห็นว่าผ้าทอพื้นบ้านมิได้มีต้นทุนสูงแต่ประการใด แต่การที่ปัจจัยราคามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยทุกตัว ย่อมแสดงว่าผู้ใช้ผ้าทอให้น้ำหนักกับเรื่องนี้น้อยกว่าปัจจัยอื่นๆ

กลุ่มบุคลากรมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

พบว่าปัจจัยต่างๆ ข้างต้นมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีสัดส่วนของข้อมูลที่ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านเพียงร้อยละ 9.3 (ค่า R^2_{adj} = .093)

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่ามีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ คือ ความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอ จำนวนมิติเหตุผล

กลุ่มผู้ใช้ผ้าทอ

พบว่าปัจจัยต่างๆ ข้างต้นมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีสัดส่วนของข้อมูลที่ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านเพียงร้อยละ 10.7 (ค่า R^2_{adj} = .107)

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่ามีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ คือ ความรู้สึกเรื่องผลประโยชน์สังคม ความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอ ในขณะที่ปัจจัยเรื่องราคาผ้าทอมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มหน่วยงาน

พบว่าปัจจัยต่างๆ ข้างต้นมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีสัดส่วนของข้อมูลที่ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านเพียงร้อยละ 14.5 (ค่า R^2_{adj} = .145)

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่ามีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ คือ ความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอ ในขณะที่ปัจจัยเรื่องราคาผ้าทอมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาเหตุที่ทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมและในแต่ละกลุ่มแตกต่างกันอาจเนื่องมาจากจำนวนข้อมูลในแต่ละกลุ่มที่น้อยกว่า และเมื่อสัดส่วนร้อยละของข้อมูลที่ปัจจัยสามารถอธิบายค่าความพึงพอใจมีประมาณร้อยละ 10 (ค่า R^2_{adj}) จึงทำให้โอกาสในการยอมรับปัจจัยทุกตัวน้อยลงเมื่อจำนวนข้อมูลทั้งหมดน้อยลง

ถึงแม้ว่าจะมีสัดส่วนของข้อมูลที่ปัจจัยสามารถอธิบายค่าความพึงพอใจ หรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจตามสมการถดถอยพหุคูณข้างต้น แต่เมื่อเทียบกับจำนวนข้อมูลทั้งหมดคือ 710 คน หมายถึง มีจำนวนผู้ใช้ผ้าทอกว่า 70 คนที่ความพึงพอใจ ในการใช้ผ้าทอของเขาขึ้นอยู่กับคุณภาพผ้าทอ จำนวนมิติเหตุผล ความรู้สึกเรื่องผลประโยชน์สังคม ความรู้สึกในรสนิยมการใช้ผ้าทอ อายุ และราคาของผ้าทอ

บทสรุป

ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป สมรสแล้ว มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ทำงานในหน่วยงานภาครัฐ มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในขณะที่รายจ่ายต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 บาท เคยใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้จากแหล่งทอผ้าที่ตำบลเกาะยอ จังหวัดสงขลามากที่สุด โดยให้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอพื้นบ้านในสัดส่วนความถี่สูงสุดแตกต่างกันแต่เหตุผลเรื่องความเป็นเอกลักษณ์มีสัดส่วนอยู่ในอันดับต้น

ผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่ยังนำผ้าทอพื้นบ้านไปใช้ในรูปแบบเดียวคือ ตัดเสื้อผ้า โดยเลือกซื้อผ้าทอจากงานเทศกาล ร้านจำหน่าย และแหล่งทอผ้า และมีความเห็นว่าราคาผ้าทอพื้นบ้านที่ซื้อมาสมเหตุ

สมผล มีคุณภาพผ้าทอในระดับปานกลาง เมื่อสวมใส่ผ้าทอมีความรู้สึกภูมิใจที่ได้ใช้ของไทยและอนุรักษ์ผ้าไทย อีกทั้งยังได้มีส่วนช่วยชาวบ้านผู้ผลิตอีกด้วย แม้ว่าความพึงพอใจจากการใช้อยู่ในระดับปานกลาง แต่ก็ยังพบปัญหาจากการใช้ผ้าทอ คือ ซักแล้วสีตก ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าแล้วตะเข็บแยก เป็นต้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านของผู้ใช้ผ้าทอในการศึกษาคือ ความคิดเห็นต่อคุณภาพผ้าทอ จำนวนมิติเหตุผล ความรู้สึกเรื่องผล–ประโยชน์สังคม ความรู้สึกเรื่องรสนิยมจากการใช้ผ้าทอ อายุ และราคาผ้าทอ แม้ว่าสัดส่วนข้อมูลที่ให้ค่าปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจดังกล่าวจะมีค่าน้อยประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น แต่หากเทียบกับจำนวนประชากรที่มีสภาวะเศรษฐกิจและสังคมสอดคล้องกับภาพรวมของการศึกษาซึ่งก็คือ กลุ่มข้าราชการในภาคใต้ ซึ่งในปี 2543 มีจำนวนข้าราชการ ถึง 343,800 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547) และหากใช้สัดส่วนร้อยละ 10 หรือเท่ากับ 34,380 คน ที่อาจมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ และเป็นผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้าน ที่ซื้อผ้าทอพื้นบ้านเพื่อตัดเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพียงปีละ 1 ชุด ต่อคน (จำนวน 4 หลาโดยประมาณ) ช่างทอผ้าพื้นบ้านจะต้องทอผ้าพื้นบ้านจำนวน 137,520 หลาต่อปี และเมื่อเทียบอัตราการทอผ้าของช่างทอผ้า 1 คน ทอผ้าได้วันละประมาณ 4 หลา ทำการทอผ้าปีละ 200 วัน ก็จะต้องมีช่างทอผ้าจำนวน 1,719 คน เพื่อทอผ้าให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ผ้าทอกลุ่มนี้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาเพื่อการวางแผนการตลาด

ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป คือ เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหรืองานฝีมือจากชุมชนท้องถิ่น ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่มาจากโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ผลิตหรือช่างทอผ้าพื้นบ้านซึ่งมีกำลังการผลิตในระดับครัวเรือนเท่านั้น และไม่ได้มีความสามารถวางแผนการตลาดได้เหมือนกับผู้ผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรม แต่การได้ตระหนักรู้ในเรื่องพฤติกรรมการใช้ผ้าทอจะช่วยทำให้ช่างทอผ้าเกิดความสนใจและริเริ่มคิดวางแผนก่อนเริ่มการทอผ้า ดังนั้นช่างทอผ้าและเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือองค์กรเอกชนที่ส่งเสริมให้ชาวบ้านทำอาชีพเสริมจึงควรตระหนักว่าผ้าทอพื้นบ้านที่ทอขึ้นมาแต่ละผืนนั้นสอดคล้องกับประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไร

1. ความเหมาะสมกับลักษณะผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ที่เพศหญิงเป็นคนมีอายุในระดับ 40 ปีลงมา เป็นคนในท้องถิ่น และมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง

2. ความหลากหลายของผลผลิตเพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ

3. แหล่งจำหน่ายผ้าทอพื้นบ้านที่สะดวกต่อการซื้อหา โดยไม่ต้องรองานเทศกาล หรือการเพิ่มแหล่งจำหน่ายเพื่อการเข้าถึงของผู้ใช้

4. คุณภาพของผ้าทอพื้นบ้านในเรื่อง เนื้อผ้า (เส้นใยที่มีคุณภาพ) ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ดูแลรักษาง่าย และสีสันที่เหมาะสมกับวัยของผู้ใช้

หากช่างทอผ้าตลอดจนนักส่งเสริมตระหนักและนำประเด็นข้างต้นไปพัฒนาวางแผนการผลิตก็จะช่วยให้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ที่ผลิตขึ้นมามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยสามารถนำไปใช้ได้ทั้งกับกลุ่มที่มีการทอผ้าอยู่แล้ว และชุมชนหรือหมู่บ้านใหม่ๆ ที่กำลังจะเริ่มคิดทอผ้าเป็นอาชีพเสริม แม้ว่าจะมีการทอผ้าเกิดขึ้นจำนวนมาก แต่โอกาสในการประสบปัญหาผลิตภัณฑ์ล้นตลาดอาจเกิดขึ้นน้อยอันเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหรืองานฝีมือมีคุณภาพที่มีความแตกต่างกันหรือมีลักษณะเฉพาะตัวในแต่ละผืน และสอดคล้องกับความต้องการที่มีอยู่จริง และอาจทำให้เสียงสะท้อนของผู้ใช้ผ้าทอที่ตอบแบบสอบถามท่านหนึ่งที่ว่า "ควรผลิตผ้าทอให้ดีมีคุณภาพ เพราะเมื่อนำมาตัดเป็นชุดทำงาน ค่าแรงในการตัดก็แพง ใส่ได้ไม่กี่ครั้งก็ดูไม่ดีแล้ว ถ้าตัดดีหน่อยก็แพง และยังต้องเสียค่าซักแห้งอีก" เป็นเพียงเสียงสะท้อนในอดีตและมีจำนวนลดลงไปในอนาคต

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ช่างทอผ้าและนัก–ส่งเสริมควรตระหนักถึง คือ ข้อมูลของการตอบแบบสอบถามที่ให้น้ำหนักปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผ้าทอพื้นบ้านในเรื่องจำนวนมิติเหตุผล ความรู้สึกเรื่องผลประโยชน์สังคม และความรู้สึกในรสนิยมการใช้ผ้าทอ ย่อมแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ผ้าทอพื้นบ้านได้ตระหนักและมีการพิจารณาผ้าทอพื้นบ้านแตกต่างจากผ้าทอจากโรงงานอุตสาหกรรม โดยไม่ได้มีความพึงพอใจ

ที่จะรับประโยชน์การใช้ผ้าทอพื้นบ้านในฐานะเป็นเพียงเครื่องนุ่งห่มเท่านั้น แต่มองเห็นผ้าทอพื้นบ้านเป็นเสมือนสัญลักษณ์ที่สะท้อนคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมของบรรพบุรุษที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้และการได้ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์คือ ได้ช่วยชาวบ้านผู้ผลิตไปในขณะเดียวกัน ดังนั้นหากช่างทอผ้าและนักส่งเสริมพิจารณาแต่เฉพาะวัตถุประสงค์ของการทอผ้าเพียงแค่อาชีพเสริมหรือตอบสนองต่อการแก้ปัญหาเศรษฐกิจเท่านั้น อาจทำให้ไม่เกิดความซาบซึ้งในคุณค่าหรือความพึงพอใจต่อความภาคภูมิใจในการทำนุบำรุงและรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในผ้าทอพื้นบ้านและการได้มีส่วนร่วมแก้ปัญหาสังคมอีกทางหนึ่ง

ดังที่กล่าวแล้วว่าการตลาดไม่ได้ครอบคลุมอยู่เฉพาะจุดใดจุดหนึ่ง หรือเฉพาะช่วงการขายเท่านั้น แต่เป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างครบถ้วนทุกมิติ ตั้งแต่การวางแผนการทอผ้าด้วยการเลือกเส้นใยที่มีคุณภาพ การเลือกหรือออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ (อาจเป็นลวดลายของบรรพบุรุษ หรือลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่) การทอผ้าที่มีฝีมือประณีตบรรจง โดยกลุ่มทอผ้าแต่ละกลุ่มต้องร่วมกันวางแผนและคิดว่าหาแนวทางการทอผ้าเพื่อเป็นมาตรฐานในการผลิตของตนเอง ในการจำหน่ายผ้าทอมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสื่อสารให้เห็นถึงขั้นตอนการทำงานแบบมีส่วนร่วมและความตั้งใจของช่างทอผ้าและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ โดยอาจผ่านช่างทอผ้าที่นำผ้าไปจำหน่ายโดยตรง หรือผ่านแหล่งจำหน่ายผ้าทอ และที่สำคัญกลุ่มทอผ้าที่ดำเนินงานแบบกลุ่มชุมชนควรมีการสื่อสารให้ผู้ใช้ผ้าทอได้รับทราบว่าช่างทอผ้าเองมีการจัดสรรผลกำไรในรูปแบบที่ไม่ได้เน้นเฉพาะการให้แก่ช่างทอผ้าแต่ละบุคคลตามความสามารถของช่างทอหรือประธานกลุ่ม แต่ยังกระจายผลประโยชน์ไปยังช่างทอผ้าที่อาจมีฝีมืออยู่ในระหว่างฝึกหัดพัฒนาฝีมือหรือช่างทอผ้าทออาวุโสที่มีรายได้น้อย ตลอดจนผลประโยชน์สู่ชุมชนหรือหมู่บ้านของตนเอง ย่อมจะทำให้ผู้ใช้ผ้าทอเกิดความมั่นใจว่าการใช้ผ้าทอพื้นบ้านของเขาเป็นการได้มีส่วนร่วมช่วยชาวบ้านและชุมชนอย่างแท้จริง และยิ่งเป็นการเพิ่มระดับความพึงพอใจในการใช้และโอกาสในการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากในหมู่ผู้ใช้ผ้าทอต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการส่งเสริมและอนุรักษ์ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากโครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ นอกจากนี้ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการรักษาผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ไว้ให้เป็นมรดกวัฒนธรรมให้แก่ชนรุ่นหลัง คุณกุลธิดา อุไรรัตน์ ซึ่งเป็นผู้ประสานงานในการเก็บข้อมูลและการประมวลผล ตลอดจนเจ้าหน้าที่ทุกคนของโครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมซึ่งทุ่มเทแรงกายแรงใจเพื่อร่วมกันพัฒนางานวัฒนธรรมของไทยซึ่งเป็นงานเพื่อการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชาติที่สำคัญ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม, ฝ่ายสำรวจอุตสาหกรรมเพื่อกระจายไปยังภูมิภาค. (2527). การสำรวจด้านการตลาดของสินค้าของที่ระลึกเพื่อวางโครงการพัฒนาอุตสาหกรรม ณ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **อุตสาหกรรมสาร,** 27(8), 3–12.

ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: บริษัท ทิปปิ้งพอยท์ จำกัด.

วรรณา ประยุกต์วงศ์ และคณะ. (2546). **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการบริหาร ภาคใต้ ส่วนที่ 2 ด้านวิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้านและทักษะความชำนาญของคนในชุมชน.** สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.

วีรวุธ มาฆะศิรานนท์. (2542). **การทำตลาด 23 วิธี**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กซเปอร์เน็ท จำกัด.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2547). **ข้อมูลสำมะโนประชากรปี 2543.** (ออนไลน์). มีที่: http://www.nso.go.th. สืบค้นเมื่อ [5/5/2547].

อัมพร ศรประสิทธิ์. (ม.ป.ป). **ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ จุดประกายเพื่อการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น.** สงขลา: โครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

อัมพร ศรประสิทธิ์ และวรรณา ประยุกต์วงศ์. (2545). แบบแผนการผลิต-จำหน่ายผ้าทอพื้นบ้านและศักยภาพของช่างทอผ้าพื้นบ้านภาคใต้. **วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์,** 8(3), 287-306.