

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่

The Needs of Products Made from Water-Repellent Finished Cotton Fabrics among the Adult Women

วัลภา แท้มทอง^{1*} และกมลวรรณ นันทาสาร¹
Walapa Tamthong^{1*} and Kamonwan Nunthasarl¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ใน 3 ด้าน คือ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ ด้านลวดลายผ้าและด้านสีสันทันผ้า กลุ่มตัวอย่างคือ สตรีวัยผู้ใหญ่ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 100 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ มีค่าความเชื่อมั่น .89 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและการทดสอบที ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋ เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอในระดับมาก โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลางต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ แตกต่างกัน ($p < .05$) แต่ต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋ ไม่แตกต่างกัน ($p \geq .05$) 2) ด้านลวดลายผ้า สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผ้าที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) ในระดับมาก แต่ต้องการผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้งและลวดลายเส้นตรงในระดับปานกลาง โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลางต้องการผ้าที่มีลวดลายเส้นตรง แตกต่างกัน ($p < .05$) แต่ต้องการผ้าที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) และผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้ง ไม่แตกต่างกัน ($p \geq .05$) และ 3) ด้านสีสันทันผ้า สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผ้าสีพาสเทล สีโทนเย็นและสีเทา ในระดับมาก แต่ต้องการผ้าสีดำ สีขาวและสีโทนร้อน ในระดับปานกลาง โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลางต้องการผ้าสีดำ แตกต่างกัน ($p < .05$) แต่ต้องการผ้าสีพาสเทล สีโทนเย็น สีเทา สีขาวและสีโทนร้อน ไม่แตกต่างกัน ($p \geq .05$)

คำสำคัญ : ความต้องการผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ สตรีวัยผู้ใหญ่

^{1*} ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Department of Home Economics, Faculty of Agriculture, Kasetsart University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ E-mail : agrwpt@ku.ac.th

ABSTRACT

This research aimed to study and compare the needs of products made from water-repellent finished cotton fabrics among the adult women in three aspects: types of products, fabric motifs, and fabric color. The sample consisted of one hundred adult women in Kasetsart University which selected by using accidental sampling method. The tool used to collect data was questionnaire on the needs of products made from water-repellent finished cotton fabrics, its reliability coefficients was 0.89. The data were analyses by using mean and t-test. The results indicated that, the aspect of types of products, the adult women needed bags, clothing, and interior fabrics very much. Women in early and middle adulthood needed clothing and interior fabrics differently ($p < .05$), but they needed bags no differently ($p \geq .05$). The aspect of fabric motif, the adult women needed plain fabrics very much, but they needed curved-line motif and strength-line motif moderately. Women in early and middle adulthood needed strength-line motif differently ($p < .05$), but they needed plain and curved-line motif fabrics no differently ($p \geq .05$). The aspect of fabric color, the adult women needed pastel, cool-tone, and grey fabrics very much, but they needed black, white, and warm-tone fabrics moderately. Women in early and middle adulthood needed black fabrics differently ($p < .05$), but they needed pastel, cool-tone, grey, white, and warm-tone no differently ($p \geq .05$).

Keywords : Needs of products, Water-Repellent finished cotton fabrics, Adult women

1. บทนำ

ปัจจุบันมีการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาสิ่งทอให้มีประโยชน์ใช้สอยดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาสิ่งทอให้สามารถสะท้อนน้ำได้ ก็เป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้สิ่งทอมีประโยชน์ใช้สอยดีขึ้น ในด้านการป้องกันและลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ หากเปียกน้ำ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ รวมถึงการเปื้อนสิ่งสกปรกจากน้ำ เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้ารองจาน โซฟา ผ้าที่สะท้อนน้ำได้จึงสามารถตอบโจทย์ความต้องการแก้ปัญหาผ้าที่ดูแลรักษายากและเปียกเปื้อนน้ำง่ายได้เป็นอย่างดี (ภาวดี, 2563) ซึ่งปัจจุบันมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าตกแต่งสะท้อนน้ำมากขึ้น เช่น กระเป๋าคอมพิวเตอร์พกพา (อดิษฐ์ และคณะ, 2559) หน้ากากผ้าสะท้อนน้ำ (ณัฐดนัย, 2563)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID -19) ที่เกิดขึ้นในปี 2563-2564 ทำให้มีการนำผ้าที่ทำจากเส้นใยธรรมชาติมาใช้งานเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งผ้าฝ้าย เช่น ทำหน้ากากผ้ากันละอองน้ำ ทำกระเป๋าผ้าเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกและ
เลี่ยงการสัมผัสสิ่งของจากผู้อื่น เพราะผ้าฝ้ายมีสมบัติไม่สะสมความร้อน ดูดซับความชื้นได้ดี
แข็งแรง ไม่เกิดไฟฟ้าสถิต และยังสามารถตกแต่งสำเร็จเพื่อเพิ่มสมบัติและผิวสัมผัสที่ดีให้แก่ผ้า
ได้ (สนั่น, 2553) ดังนั้น การนำผ้าฝ้ายซึ่งมีสมบัติที่ดีอยู่แล้วมาตกแต่งสะท้อนน้ำ ก็จะทำให้
ผ้าฝ้ายมีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึง
การใช้จ่ายที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมากขึ้นและหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็น ซึ่งสินค้าที่
ได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก คือ กลุ่มสินค้าแฟชั่น (วรศรา, 2563) ดังนั้น การนำผ้าที่ตกแต่ง
สะท้อนน้ำไปทำผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น
สามารถขายได้ และสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ตอนต้น (อายุราว
20-25 ถึง 40 ปี) และวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (อายุราว 40-65 ปี) ถือเป็นวัยทำงาน ซึ่งเป็นวัยที่ทำให้
เกิดผลผลิตทางเศรษฐกิจ และเป็นวัยที่ต้องมีรายได้เพื่อเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว จึงมี
บทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศมากกว่าวัยอื่น ๆ (สุรริรักษ์, 2559) ผู้บริโภคในวัยนี้มี
ความต้องการสินค้าและมีแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกัน วัยผู้ใหญ่ตอนต้น เป็นกลุ่ม
วัยเรียนหรือวัยทำงานตอนต้น จะมีความเป็นตัวของตัวเอง สนใจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับร่างกาย
เป็นพิเศษ ซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพเป็นหลัก ส่วนวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง จะมีหน้าที่การ
งานมั่นคงและรายได้ค่อนข้างมาก ความสนใจส่วนใหญ่มุ่งไปที่การดูแลสุขภาพในครอบครัว มัก
สนใจสินค้าที่มีภาพลักษณ์ดีต่อสังคม (MGR Online, 2558) ดังนั้น การศึกษาความต้องการ
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ จะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่
ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ
ศึกษาและเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ใน
3 ด้าน คือ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ ด้านลวดลาย และด้านสีสันทันผ้า

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีวัยผู้ใหญ่ใน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อน
น้ำ จำนวน 100 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane ที่ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
(accidental sampling) (นิภา, 2542)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า
ฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ โดยนำไปทดลองใช้กับสตรีวัยผู้ใหญ่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น .89 และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสตรีวัยผู้ใหญ่ คือ อายุ อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว ลักษณะงานที่ทำและประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าตกแต่งสะท้อนน้ำ ข้อคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (check list) และแบบปลายเปิด

ตอนที่ 2 ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ใน 3 ด้าน คือ ด้านประเภทยุติภัณฑ์ (ภาพที่ 1) ด้านลวดลายผ้าและด้านสีสันทันผ้า ข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (5-rating scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มีความต้องการมากที่สุด = 5 คะแนน มีความต้องการมาก = 4 คะแนน

มีความต้องการปานกลาง = 3 คะแนน มีความต้องการน้อย = 2 คะแนน

มีความต้องการน้อยที่สุด = 1 คะแนน

และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยคะแนนความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ ตามเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม, 2539)

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21–5.00 หมายถึง มีความต้องการในระดับมากที่สุด

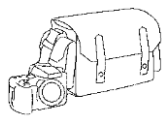
ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41–4.20 หมายถึง มีความต้องการในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61–3.40 หมายถึง มีความต้องการในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81–2.60 หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00–1.80 หมายถึง มีความต้องการในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิด



กระเป๋ากล้องถ่ายรูป



กระเป๋าคอมพิวเตอร์
โน้ตบุ๊ก



กระเป๋าใส่ของ
(tote bag)



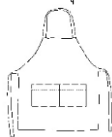
กระเป๋า
โทรศัพท์มือถือ



กระเป๋า
เครื่องสำอาง



หน้ากากกันละอองน้ำ



ผ้ากันเปื้อน



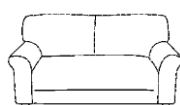
หมวกคลุมผมอาบน้ำ



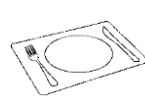
หมวกบักเก็ต
(bucket hat)



ผ้าปูโต๊ะ



ผ้าหุ้มโซฟา



ผ้ารองจาน



ผ้าคลุมเครื่องซักผ้า

ภาพที่ 1 ลักษณะผลิตภัณฑ์กระเป๋า เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

2.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้วยค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.3.3 เปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้วยการทดสอบที (t-test)

3. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน พบว่า เป็นสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น จำนวน 43 คน และสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง จำนวน 57 คน กลุ่มใหญ่ที่สุดประกอบอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 22) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 24) พักอาศัยอยู่กับครอบครัวและมีบุตรหลาน (ร้อยละ 48) ทำงานในสำนักงาน (ร้อยละ 42) และส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ (ร้อยละ 80)

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 1 ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	วัยผู้ใหญ่ตอนต้น			วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง			รวม		
	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ
กระเป๋า									
1. กระเป๋าคล้องถ่ายรูป	3.72	0.59	มาก	3.84	0.37	มาก	3.79	0.48	มาก
2. กระเป๋าคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	3.86	0.41	มาก	3.60	0.68	มาก	3.71	0.59	มาก
3. กระเป๋าใส่ซอง	3.84	0.48	มาก	3.60	0.68	มาก	3.70	0.61	มาก
4. กระเป๋าโทรศัพท์มือถือ	3.51	0.70	มาก	3.68	0.60	มาก	3.61	0.65	มาก
5. กระเป๋าเครื่องสำอาง	3.49	0.77	มาก	3.40	0.80	ปานกลาง	3.44	0.78	มาก
รวม	3.68	0.41	มาก	3.62	0.49	มาก	3.65	0.45	มาก
เครื่องแต่งกาย									
1. หน้ากากกันละอองน้ำ	3.63	0.54	มาก	3.70	0.57	มาก	3.67	0.55	มาก
2. ผ้ากันเปื้อน	3.58	0.54	มาก	3.72	0.49	มาก	3.66	0.52	มาก
3. หมวกคลุมผมอาบน้ำ	3.53	0.74	มาก	3.75	0.51	มาก	3.66	0.62	มาก

ตารางที่ 1 ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ประเภทผลิตภัณฑ์	วัยผู้ใหญ่ตอนต้น			วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง			รวม		
	$\bar{X}$	sd	ความต้องการ	$\bar{X}$	sd	ความต้องการ	$\bar{X}$	sd	ความต้องการ
4. หมวกบังแดด	3.37	0.69	ปานกลาง	3.72	0.53	มาก	3.57	0.62	มาก
รวม	3.53	0.42	มาก	3.72	0.32	มาก	3.64	0.38	มาก
เคหะสิ่งทอ									
1. ผ้าปูโต๊ะ	3.58	0.66	มาก	3.82	0.38	มาก	3.72	0.53	มาก
2. ผ้าห่มโซฟา	3.56	0.67	มาก	3.79	0.45	มาก	3.69	0.56	มาก
3. ผ้ารองจาน	3.53	0.59	มาก	3.74	0.52	มาก	3.65	0.56	มาก
4. ผ้าคลุมเครื่องซักผ้า	3.33	0.78	ปานกลาง	3.58	0.65	มาก	3.47	0.72	มาก
รวม	3.50	0.45	มาก	3.73	0.33	มาก	3.63	0.40	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวม สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำ ประเภทกระเป๋า เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความต้องการใกล้เคียงกันคือ 3.65 3.64 และ 3.63 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามประเภทผลิตภัณฑ์พบว่า 1) สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋าทุกชนิดในระดับมาก โดยต้องการกระเป๋ากล้องถ่ายรูปมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.79) 2) สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายทุกชนิดในระดับมาก โดยต้องการหมวกบังแดดเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ 3) สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอทุกชนิดในระดับมาก โดยต้องการผ้าปูโต๊ะมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.72)

เมื่อพิจารณาตามช่วงวัย พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำ ประเภทกระเป๋า เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความต้องการคือ 3.68 3.53 และ 3.50 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามประเภทผลิตภัณฑ์พบว่า 1) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋าทุกชนิดในระดับมาก โดยต้องการกระเป๋ากล้องถ่ายรูปมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.72) 2) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายเกือบทุกชนิดในระดับมาก ยกเว้น หมวกบังแดด ที่ต้องการในระดับปานกลาง โดยต้องการหมวกบังแดดเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ 3) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอเกือบทุกชนิดในระดับมาก ยกเว้น ผ้าคลุมเครื่องซักผ้า ที่ต้องการในระดับปานกลาง โดยต้องการผ้าปูโต๊ะมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

สำหรับสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง พบว่า มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำ ประเภทกระเป๋า เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความต้องการคือ 3.62 3.72 และ 3.73 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า

1) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋ากีฬาทุกชนิดในระดับมาก ยกเว้น กระเป๋าเครื่องสำอาง ที่ต้องการในระดับปานกลาง โดยต้องการกระเป๋ากล้องถ่ายรูปมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.84) 2) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายทุกชนิดในระดับมาก โดยต้องการหมวกคลุมผมอาบน้ำมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ 3) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางต้องการผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอทุกชนิดในระดับมาก โดยต้องการผ้าปูโต๊ะมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	n	$\bar{x}$	sd	df	t	p
กระเป๋ากีฬา						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.68	0.41	98	0.644	.521
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.62	0.49			
เครื่องแต่งกาย						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.53	0.42	98	-2.530	.014
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.72	0.32			
เคหะสิ่งทอ						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.50	0.45	98	-2.834	.006
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.73	0.33			

จากตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋ากีฬา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p=.521$) 2) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p=.014$) โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการหมวกบักเก็ตน้อยกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37 และ 3.72 ตามลำดับ) และ 3) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p=.006$) โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการน้อยกว่าผ้าปูโต๊ะสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.58 และ 3.82 ตามลำดับ)

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้าน
ลวดลายผ้า

ตารางที่ 3 ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านลวดลายผ้า

ลวดลายผ้า	วัยผู้ใหญ่ตอนต้น			วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง			รวม		
	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ
ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น)	3.53	0.59	มาก	3.44	0.54	มาก	3.48	0.56	มาก
ลวดลายเส้นโค้ง (curved-line)									
1. ลาย เรขาคณิตที่ เกิดจาก เส้นโค้ง เช่น ลายวงกลม ลายวงรี	3.40	0.73	ปานกลาง	3.53	0.63	มาก	3.47	0.67	มาก
2. ลายดอกไม้	3.44	0.77	มาก	3.42	0.75	มาก	3.43	0.76	มาก
3. ลายใบไม้	3.47	0.70	มาก	3.35	0.74	ปานกลาง	3.40	0.72	ปานกลาง
4. ลายริ้ว รูปลักษณะ (abstract) หรือลาย กราฟิก (graphic)	3.08	0.58	ปานกลาง	3.19	0.64	ปานกลาง	3.14	0.62	ปานกลาง
5. ลายการ์ตูน	2.95	0.87	ปานกลาง	3.21	0.80	ปานกลาง	3.10	0.83	ปานกลาง
6. ลายพราง หรือลายทหาร	2.63	0.69	ปานกลาง	2.96	0.80	ปานกลาง	2.82	0.77	ปานกลาง
รวม	3.16	0.52	ปาน กลาง	3.28	0.57	ปาน กลาง	3.23	0.55	ปาน กลาง
ลวดลายเส้นตรง (strength-line)									
1. ลายริ้ว ตามยาว หรือ ตามขวาง	3.26	0.66	ปานกลาง	3.21	0.67	ปานกลาง	3.23	0.66	ปานกลาง
2. ลายตาราง	3.01	0.65	ปานกลาง	3.30	0.53	ปานกลาง	3.18	0.60	ปานกลาง

ตารางที่ 3 ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านลวดลายผ้า (ต่อ)

ลวดลายผ้า	วัยผู้ใหญ่ตอนต้น			วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง			รวม		
	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ
3. ลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นตรง เช่น ลายสามเหลี่ยม ลายสี่เหลี่ยม	2.91	0.84	ปานกลาง	3.30	0.71	ปานกลาง	3.13	0.79	ปานกลาง
4. ลายซิกแซ็ก	2.73	0.61	ปานกลาง	2.96	0.69	ปานกลาง	2.87	0.66	ปานกลาง
รวม	2.98	0.45	ปานกลาง	3.19	0.52	ปานกลาง	3.10	0.50	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 แสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านลวดลายผ้า พบว่า โดยรวม สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้ง (curved-line) และเส้นตรง (strength-line) ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามกลุ่มลวดลายผ้า พบว่า 1) กลุ่มลวดลายเส้นโค้ง สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผ้าที่มีลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นโค้ง เช่น ลายวงกลม ลายวงรี และลายดอกไม้ ในระดับมาก โดยต้องการลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นโค้ง เช่น ลายวงกลม ลายวงรี มากเป็นลำดับแรก และต้องการลายใบไม้ ลายไร้รูปลักษณะ (abstract) หรือลายกราฟิก (graphic) ลายการ์ตูน และลายพรางหรือลายทหาร ในระดับปานกลาง และ 2) กลุ่มลวดลายเส้นตรง พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการทุกลวดลายในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามช่วงวัย พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้ง และลวดลายเส้นตรง ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามกลุ่มลวดลายผ้า พบว่า 1) กลุ่มลวดลายเส้นโค้ง สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผ้าลายดอกไม้และลายใบไม้ ในระดับมาก และต้องการผ้าลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นโค้ง เช่น ลายวงกลม ลายวงรี ลายไร้รูปลักษณะ (abstract) หรือลายกราฟิก (graphic) ลายการ์ตูน และลายพรางหรือลายทหาร ในระดับปานกลาง และ 2) กลุ่มลวดลายเส้นตรง พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการทุกลวดลายในระดับปานกลาง

สำหรับสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง พบว่า ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้ง และลวดลายเส้นตรง ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามกลุ่มลวดลายผ้า พบว่า 1) กลุ่มลวด

ลายเส้นโค้ง สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางต้องการผ้าที่มีลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นโค้ง เช่น ลายวงกลม ลายวงรี และลายดอกไม้ ในระดับมาก และต้องการลายใบไม้ ลายไร่รูปลักษณะ (abstract) หรือลายกราฟิก (graphic) ลายการ์ตูน และลายพรางหรือลายทหาร ในระดับปานกลาง และ 2) กลุ่มลวดลายเส้นตรง พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางต้องการทุกลวดลายในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านลวดลายผ้า

ลวดลายผ้า	n	$\bar{x}$	sd	df	t	p
ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น)						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.53	0.59	98	0.851	.397
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.44	0.54			
ลวดลายเส้นโค้ง (curved-line)						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.16	0.52	98	0.493	.289
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.28	0.57			
ลวดลายเส้นตรง (strength-line)						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	2.98	0.45	98	0.269	.030
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.19	0.52			

จากตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านลวดลายผ้า พบว่า 1) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผ้าที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = .397$) 2) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = .289$) และ 3) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผ้าที่มีลวดลายเส้นตรง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = .030$) โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการผ้าลายตารางน้อยกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01 และ 3.30 ตามลำดับ) และสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการผ้าลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นตรง เช่น ลายสามเหลี่ยม ลายสี่เหลี่ยม น้อยกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91 และ 3.30 ตามลำดับ)

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านสีสันทัน

ตารางที่ 5 ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านสีสันทัน

สีสันทัน ของผ้า	วัยผู้ใหญ่ตอนต้น			วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง			รวม		
	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ	$\bar{x}$	sd	ความต้องการ
1. สีพาสเทล (pastel)	3.60	0.73	มาก	3.79	0.56	มาก	3.71	0.64	มาก
2. สีโทนเย็น	3.53	0.59	มาก	3.74	0.55	มาก	3.65	0.58	มาก
3. สีเทา	3.51	0.67	มาก	3.35	0.69	ปานกลาง	3.42	0.68	มาก
4. สีดำ	3.63	0.62	มาก	3.04	0.87	ปานกลาง	3.29	0.82	ปานกลาง
5. สีขาว	3.26	0.76	ปานกลาง	3.07	0.82	ปานกลาง	3.15	0.80	ปานกลาง
6. สีโทนร้อน	2.98	0.64	ปานกลาง	3.14	0.79	ปานกลาง	3.07	0.73	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 แสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านสีสันทัน พบว่า โดยรวม สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำสีพาสเทล สีโทนเย็นและสีเทา ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำสีดำ สีขาวและสีโทนร้อน ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามช่วงวัย พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำ สีพาสเทล สีโทนเย็น สีเทาและสีดำ ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำสีขาวและสีโทนร้อน ในระดับปานกลาง สำหรับสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางพบว่า ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำสีพาสเทลและสีโทนเย็น ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำสีเทา สีดำ สีขาวและสีโทนร้อน ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านสีสันทัน

สีสันทัน	n	$\bar{x}$	sd	df	t	p
สีพาสเทล (pastel)						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.60	0.73	98	-1.385	.170
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.79	0.56			
สีโทนเย็น						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.53	0.59	98	-1.739	.085

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านสีเส้นผ้า (ต่อ)

สีเส้นผ้า	n	$\bar{x}$	sd	df	t	p
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.74	0.55			
สีเทา						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.51	0.67	98	1.165	.247
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.35	0.69			
สีดำ						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.63	0.62	98	3.995	.000
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.04	0.87			
สีขาว						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	3.26	0.76	98	1.156	.250
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.07	0.82			
สีโทนร้อน						
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น	43	2.98	0.64	98	-1.148	.254
สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง	57	3.14	0.79			

จากตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านสีเส้นผ้า พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผ้าสีพาสเทล สีโทนเย็น สีเทา สีขาวและสีโทนร้อน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = .170 .085 .247 .250$ และ $.254$ ตามลำดับ) แต่มีความต้องการผ้าสีดำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p=.000$) โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการมากกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.63 และ 3.04 ตามลำดับ)

4. สรุปผลและอภิปรายผล

การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวม สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำประเภทกระเป๋ เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทนี้มีจำหน่ายในท้องตลาด ส่วนใหญ่จะทำจากผ้าทั่วไปที่ไม่มีสมบัติพิเศษ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋ เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการกระเป๋ากลองถ่ายรูป หน้ากากกันละอองน้ำ และผ้าปูโต๊ะมากเป็นลำดับแรก เนื่องจากการใช้งานผ้าปูโต๊ะ มีโอกาสเปื้อกเปื้อนคราบอาหาร เครื่องดื่มและสิ่งสกปรก ต่างๆ ได้ง่าย ทำให้ต้องทำความสะอาดบ่อย ดังนั้น การใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าตกแต่งสะท้อนน้ำจะ

ช่วยให้ผ้าไม่เปื่อยง่ายและดูแลรักษาง่ายขึ้น ดังที่ลาวดี (2563) กล่าวว่า ผ้าที่มีสมบัติสะท้อนน้ำจะตอบโจทย์ความต้องการแก้ปัญหาเรื่องของการดูแลรักษาที่ยากและเปื้อนง่ายได้เป็นอย่างดี

ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านประเภทยุทธศาสตร์ พบว่า 1) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผลิตภัณฑ์กระเป๋า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลางมีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการหมวกบังแดดน้อยกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ทั้งนี้เพราะหมวกบังแดดหรือหมวกทรงถึงเป็นหมวกที่มีปีกครอบ เหมาะสำหรับใส่กันแดดกันฝน มีความสวยงามและช่วยเสริมบุคลิกภาพ ซึ่งจากข้อมูลลักษณะงานที่ทำของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นทำงานในสำนักงานมากกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (ร้อยละ 57.78 และ 42.22 ตามลำดับ) จึงอาจมีความจำเป็นต้องใส่หมวกน้อยกว่า นอกจากนี้ สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลางมีความใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้นและมีความสนใจด้านความงามและบุคลิกภาพ (Marketing Oops! Admin, 2552) จึงมีความต้องการผลิตภัณฑ์หมวกบังแดดมากกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และ 3) สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลางมีความต้องการผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการผ้าปูโต๊ะน้อยกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ทั้งนี้เพราะ วัยผู้ใหญ่ตอนกลางจะมีหน้าที่การงานมั่นคงและรายได้ค่อนข้างสูง ความสนใจส่วนใหญ่มุ่งไปที่การดูแลบ้านและครอบครัว จึงเห็นความสำคัญของความสวยงามและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้าน ดังที่ อับเดเตเทรนต์ ‘พฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละ Generation’ ปี 2021 ที่นักการตลาดควรรู้ (ม.ป.ป) กล่าวว่า คนอายุ 41-56 ปี เป็นผู้มีความเลือกซื้อของใช้ภายในบ้าน จึงอาจมีความต้องการผ้าปูโต๊ะสำหรับปกป้องพื้นผิวโต๊ะจากรอยขีดข่วน แรงกระแทก เพิ่มความสวยงามและทำให้บรรยากาศในการรับประทานอาหารดีขึ้น

การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านลวดลายผ้า พบว่า โดยรวม สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้งและลวดลายเส้นตรง ในระดับปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านลวดลายผ้า พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผ้าที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) และผ้าที่มีลวดลายเส้นโค้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ต้องการผ้าที่มีลวดลายเส้นตรง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการผ้าลายตารางและลายเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นตรง เช่น ลายสามเหลี่ยม ลายสี่เหลี่ยม น้อยกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง เพราะผ้าลายตารางและลายสี่เหลี่ยมมีลักษณะคล้ายผ้าขาวม้าหรือผ้าลายสก๊อต (Scott) จึงให้ความรู้สึกหรือกลิ่นอายของชนบท เนื่องจากวัฒนธรรมไทยตั้งแต่อดีต ชาวชนบทนิยมใช้

ผ้าขาวม้านุ่มห่ม คาดเอว โปกหัวและเช็ดตัว เป็นต้น ซึ่งคนรุ่นใหม่อาจจะมองว่าเชย (ภาสินี, 2555) นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าและเครื่องแต่งกายที่ทำจากผ้าลายตารางอาจจะผสมผสานและจับคู่ (mix and match) กับเสื้อผ้าที่สวมใส่ในการทำงานและในชีวิตประจำวันค่อนข้างยาก

การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ ด้านสีสันทันผ้า พบว่า โดยรวม สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำ สีพาสเทล สีโทนเย็นและสีเทา ในระดับมาก และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายสะท้อนน้ำ สีดำ สีขาวและสีโทนร้อน ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะ สีพาสเทลให้ความสบายตา ความรู้สึกอ่อนโยน อ่อนหวานและผ่อนคลาย ปัจจุบันเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสีพาสเทลได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะผสมผสานและจับคู่กับสีอื่น ๆ ได้ง่ายและใช้งานได้ทุกโอกาส ส่วนสีโทนเย็นจะให้ความรู้สึกสงบ เป็นทางการ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสีโทนเย็นจะดูสุภาพและเป็นผู้ใหญ่

ผลการเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำของสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ด้านสีสันทันผ้า พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและตอนกลาง มีความต้องการผ้าสีพาสเทล สีโทนเย็น สีเทา สีขาวและสีโทนร้อน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่มีความต้องการผ้าสีดำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีความต้องการมากกว่าสตรีวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง ทั้งนี้เพราะ สตรีวัยผู้ใหญ่ตอนต้นเป็นช่วงวัยที่มีความเป็นตัวของตัวเอง เหตุที่ชอบสีดำเพราะทำให้รู้สึกมั่นใจ ตามหลักจิตวิทยาและโหราศาสตร์เชื่อว่า สีดำแสดงถึงความกล้าหาญ อดทน และความเป็นตัวของตัวเอง (เดลินิวส์, 2558) สีดำจึงเป็นสีที่ผู้บริโภครุ่นนี้ต้องการ

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋า พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการกระเป๋าล้องถ่ายรูป กระเป๋าคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก กระเป๋าใส่ของ กระเป๋าโทรศัพท์มือถือและกระเป๋าเครื่องสำอาง ในระดับมาก ซึ่งกระเป๋าแต่ละชนิดมีรูปแบบและขนาดที่หลากหลาย ดังนั้น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋า จึงควรศึกษารูปทรงและขนาดของกระเป๋าแต่ละชนิด เพื่อให้กระเป๋ามีประโยชน์ใช้สอยที่ดีและมีความสวยงามตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

2. ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ ด้านลวดลายและสีสันทันผ้า พบว่า สตรีวัยผู้ใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าที่ไม่มีลวดลาย (ผ้าพื้น) สีพาสเทล สีโทนเย็นและสีเทา ในระดับมาก ซึ่งผ้าพื้นสีพาสเทล สีโทนเย็นและสีเทา มีหลากหลายเฉดสี ดังนั้น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงควรศึกษาความเหมาะสมของสีสันทันผ้ากับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สวยงามถูกใจผู้บริโภค

3. ในกรณีการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายตกแต่งสะท้อนน้ำ ควรเลือกผ้าฝ้ายที่ตกแต่งด้วยสารสะท้อนน้ำที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ในขณะเดียวกันต้องไม่เป็นอันตราย

ต่อผู้บริโภคด้วย เนื่องจากผลิตภัณฑ์กระเป๋ เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ เป็นสิ่งที่จะต้องสัมผัสใกล้ชิดกับผู้บริโภค

5. เอกสารอ้างอิง

ณัฐดนัย รุ่งเรืองกิจไกร. (2563). **หน้ากากผ้าสะท้อนน้ำ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www3.rdi.ku.ac.th/?p=58666>. 10 สิงหาคม 2563.

เดลินิวส์. (2558). **ความหมายแห่ง ‘สี’ สื่อความชอบ...บ่งบอกบุคลิก**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.dailynews.co.th/article/331376>. 11 พฤษภาคม 2564.

นิภา เมธาวีชัย. (2542). **สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.

บุญชม ศรีสะอาด. (2539). การแปลผลเมื่อใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า. **วารสารการพัฒนการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 2(1), 64-70.

ภาวดี อังควัฒนะ. (2563). **นาโนเทค-สวทช. เปิดโรงงานต้นแบบสิ่งทอ พร้อมให้บริการเคลือบสิ่งทอได้มากถึง 5 สมบัติในขั้นตอนเดียว**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_144244. 10 สิงหาคม 2563.

ภาสินี คณาเดิม. (2555). **เส้นผ้าขาวม้าไทย ลายผ้าขาวม้าจากคนรุ่นเก่า พัฒนารูปแบบสู่คนรุ่นใหม่**. **อุตสาหกรรมสาร**. 54 (พฤศจิกายน-ธันวาคม), 16-17.

วิศรา เหมือนสุทิววงศ์. (2563). **อุตสาหกรรมผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/09/IN_textile_8_63_detail-1.pdf. 9 พฤษภาคม 2564.

สนั่น บุญลา. (2553). **ความรู้เรื่องผ้าทอ**. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

สุริรักษ์ ประสาทพร. (บรรณาธิการเรียบเรียง). (2559). **รู้ทันสุขภาพวัยทำงาน**. กรุงเทพฯ : ยูโรปาเพรส.

อดิษฐ์ บุญงาม สุทัศน์ย์ บุญโยภาส และ สุภา จุฬคุปต์. (2559). การพัฒนากระเป๋าคอมพิวเตอร์พกพาจากผ้ายกเมืองนครตกแต่งสะท้อนน้ำ. **เรื่องเต็มการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1 “เสริมสร้างสหวิทยาการ ผสมผสานวัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจเข้าสู่ AC”** (น. 1832-1842). อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชธานี.

อัปเดตเทรนด์ ‘พฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละ Generation’ ปี 2021 ที่นักการตลาดควรรู้. (ม.ป.ป). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.creativelivemarketing.com/generation-pi-2021-ที่นักการตลาดควรรู้/>. 12 พฤษภาคม 2564.

Marketing Oops! Admin. (2552). **Gen 40+ มาแรง แข่งกลุ่ม Young Gen**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/gen-40/>. 11 พฤษภาคม 2564.

MGR Online. (2558). **เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคไทยใน 3 GEN**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://mgronline.com/smes/detail/9580000110621>. 9 พฤษภาคม 2564.