

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ Factors Influencing Satisfaction with Hair Accessories Adorned with Crocheted Work

กรวรรณ ใจคำ^{1*} และวัลภา เต็มทอง²
Korrawan Chaikam^{1*} and Walapa Tamthong²

Received 24 เมษายน 2568 Revised 12 มิถุนายน 2568 Accepted 18 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ ศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมดังกล่าว เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยได้พัฒนาเครื่องประดับผม 3 ประเภท ได้แก่ กีบติดผม ยางรัดผม และสกรันช์ โดยกีบติดผมและยางรัดผมมีการตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ 4 รูปแบบ ดอกไม้ โบมีหาง โบไม่มีหาง และโบเชือก จากไหมพรม 2 ชนิด ฝ้ายนม และโพลีเอสเตอร์ ก้ามะหยี่ ผลการศึกษาความพึงพอใจพบว่า กีบติดผมและยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ได้รับความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ส่วนสกรันช์ถักโครเชต์ได้รับความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลพบว่า รูปแบบงานถักโครเชต์ มีผลต่อความพึงพอใจในกีบติดผมและยางรัดผม ($p \leq 0.05$) ขณะที่ชนิดไหมพรม มีผลต่อความพึงพอใจเฉพาะในยางรัดผม ($p \leq 0.05$) แต่ไม่มีผลต่อกีบติดผมและสกรันช์ ($p > 0.05$) และปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบงานถักโครเชต์และชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในกีบติดผมและยางรัดผม ($p > 0.05$) ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการผลิตเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์เพื่อจำหน่ายได้

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, เครื่องประดับผม, งานถักโครเชต์

¹ นิสิตปริญญาตรี, คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Undergraduate, Faculty of Agriculture, Kasetsart University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² Assistant Professor, Faculty of Agriculture, Kasetsart University

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: korrawan.ch@ku.th

Abstract

This research aimed to develop hair accessories adorned with crocheted work, examine consumer satisfaction, and investigate the factors influencing such satisfaction. An experimental research design was employed. Three types of hair accessories were developed: hair clips, elastic hair ties, and scrunchies. The hair clips and elastic hair ties were adorned with crocheted work in four designs: flower, bow with tail, bow without tail, and rope bow, using two types of yarn: cotton milk yarn and velvet polyester yarn. The results revealed that both the crochet-adorned hair clips and elastic hair ties received a high level of overall satisfaction, whereas the crocheted scrunchies received the highest level of overall satisfaction. Analysis of influencing factors showed that the crochet work patterns significantly affected consumer satisfaction with hair clips and elastic hair ties ($p \leq 0.05$). The type of yarn significantly affected consumer satisfaction only for elastic hair ties ($p \leq 0.05$), but had no significant effect on hair clips and scrunchies ($p > 0.05$). Furthermore, the interaction between the crochet work patterns and the type of yarn did not significantly affect consumer satisfaction with either hair clips or elastic hair ties ($p > 0.05$). The findings provide practical guidance for the commercial production of hair accessories adorned with crocheted work.

Keywords: Satisfaction, Hair Accessories, Crocheted Work

1. บทนำ

โครเชต์ (Crochet) คืองานถักไหมพรมประเภทหนึ่ง เป็นงานฝีมือที่สวยงาม มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าทางจิตใจ เนื่องจากการจะทำให้ได้ผลงานที่สวยงามนั้น ต้องมีใจรัก มีความอดทนและฝึกฝนเป็นประจำ งานถักโครเชต์เป็นกิจกรรมที่มีต้นทุนต่ำ พกพาสะดวก และสามารถเรียนรู้ได้ง่าย (Burns, P. & Van Der Meer, R., 2020) ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ลดความเครียด และเกิดความภูมิใจในตนเอง (Jaskowiak, N. et al., 2024) ในสมัยก่อนใช้ทำเสื้อคลุม เสื้อกันหนาว ถุงเท้าและถุงมือ สำหรับสวมใส่ในสภาพอากาศหนาวเย็น ต่อมามีการถักโครเชต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เครื่องประดับ รวมถึงมีการผสมผสานการถักโครเชต์กับองค์ประกอบศิลป์และโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม สร้างสรรค์เป็นผลงานประติมากรรมขนาดใหญ่ ดังผลงานของศิลปินชาวญี่ปุ่น โทชิโกะ โฮริอุชิ แมคอดัม (Toshiko Horiuchi MacAdam) (อินิชฐา นันทาพจน์ และพิษณุ ศุภนิมิตร, 2566) ปัจจุบันงานถักโครเชต์ได้รับความนิยมมากขึ้นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยอ้างอิงจากแอปพลิเคชัน TikTok ที่มีกลุ่มคน Gen-Z ซึ่งเกิดในช่วง พ.ศ. 2540 ถึง 2552 เข้าชมวิดีโอที่มีแฮชแท็กคำว่า Crochet (#Crochet) มากกว่า 15.5 พันล้านครั้ง (McCulloch, G., 2023)

นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานถักโครเชต์โดยการประยุกต์กับภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย (จินตนา อินภักดี และมยุรี ชมภูงาม, 2564)

เครื่องประดับผม (Hair accessories) เช่น กีบติดผม ที่คาดผม และยางรัดผม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้หญิงส่วนใหญ่นิยมใช้ บางคนซื้อบ่อยพอ ๆ กับเสื้อผ้า กระเป๋าหรือรองเท้า (กิตติลา สิทธิธรรณกร และคณะ, 2566) ซึ่งทำจากวัสดุที่หลากหลาย ได้แก่ โลหะ พลาสติก หนังเทียม และยางยืด เป็นต้น ใน ค.ศ. 2024 ตลาดเครื่องประดับผมทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 25.97 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 66.17 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายใน ค.ศ. 2032 การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากความตระหนักด้านแฟชั่นที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค การมีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้มากขึ้น ตลอดจนบทบาทที่เพิ่มขึ้นของโซเชียลมีเดียและการสนับสนุนจากบุคคลที่มีชื่อเสียง (Data Bridge Market Research Private Ltd., 2025) สำหรับเครื่องประดับผมที่ทำจากงานถักโครเชต์หรือตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์นั้นมีอยู่บ้างแต่ยังไม่แพร่หลายสามารถพบเห็นได้ในเว็บไซต์ Pinterest, Alibaba, Amazon, Etsy และหนังสืองานถักโครเชต์ของญี่ปุ่น (วิลาคิณี คูปถิพ, 2557) ซึ่งมีความสวยงาม น่ารักและดูอบอุ่น

งานถักโครเชต์เป็นงานฝีมือที่มีศักยภาพในการประยุกต์กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงเครื่องประดับผม อย่างไรก็ตาม ยังขาดการวิจัยอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ โดยเฉพาะในบริบทของผู้บริโภคไทยทั้งในด้านการต้องการ การประเมินความพึงพอใจ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังขาดการประยุกต์ในเชิงธุรกิจหรือเผยแพร่เพื่อเป็นอาชีพเสริมหรืองานอดิเรกซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุในการพัฒนาทักษะและเพิ่มรายได้ ดังที่ พรพรรณ ดวงรัตน์ และคณะ (2563) อธิบายว่า การถักโครเชต์เป็นกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากสร้างความเพลิดเพลินและรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ

จากการศึกษาพบว่า งานถักโครเชต์ที่จะนำมาตกแต่งเครื่องประดับผมสามารถทำได้หลายรูปแบบ จากไหมพรมหลายชนิดและสีส้น ซึ่งมีผิวสัมผัสและความสวยงามที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาเครื่องประดับผมประเภทกิ๊บติดผม ยางรัดผม และสครันชี (Scrunchy) หรือโดนัทรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ เนื่องจากเป็นประเภทที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้หญิงตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ (Global Market Insights Inc., 2025) รวมถึงศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายได้ อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่วิธีการทำผลิตภัณฑ์ในสื่อสังคมออนไลน์ให้แก่ผู้สนใจทำเป็นอาชีพเสริมหรืองานอดิเรกต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อที่มีเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

2.2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

3. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental research) โดยใช้การออกแบบการทดลองแบบภายในกลุ่ม (Within-Subjects Design) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเดียว ตัวแปรอิสระได้แก่ รูปแบบงานถักโครเชต์ และชนิดไหมพรม ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ ตัวแปรควบคุมคือ ขนาดของงานถักโครเชต์แต่ละรูปแบบ

วิธีการในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

1. ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องประดับผม งานถักโครเชต์ รวมถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังสือ วารสาร งานวิจัย และเว็บไซต์ต่าง ๆ

2. ออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผม 3 ประเภท คือ กีบติดผม (Hair clip) ยางรัดผม (Elastic hair tie) และสครันชี (Scrunchy) โดยกิ๊บติดผมและยางรัดผม มีการตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ 4 รูปแบบ คือ ดอกไม้ โบมีหาง โบไม่มีหาง และโบเชือก โดยใช้ไหมพรม 2 ชนิด คือไหมพรมฝ้ายนม และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ สำหรับสครันชี มีการถักโครเชต์เพียงรูปแบบเดียวและไม่มีการตกแต่ง โดยใช้ไหมพรม 2 ชนิดเช่นกัน รวมทั้งสิ้น 18 ชิ้นงาน

3. จัดเตรียมแพตเทิร์นถักโครเชต์ตามรูปแบบที่ออกแบบไว้ในข้อ 2

4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สำหรับถักโครเชต์ ดังนี้

4.1 ไหมพรม 2 ชนิด คือ 1) ไหมพรมฝ้ายนม (Milk cotton yarn) ขนาด 4 Ply และ 2) ไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (Velvet polyester yarn) ขนาด 1 Ply อย่างละ 3 สี คือ สีเขียว สีน้ำตาล และสีฟ้า เนื่องจากเป็นโทนสีที่คล้ายคลึงกันในไหมพรม 2 ชนิด เห็นลวดลายถักโครเชต์ที่ชัดเจน และให้ภาพลักษณ์ที่ดีสวยงาม

4.2 อุปกรณ์การถัก ได้แก่ เข็มโครเชต์ ขนาด 0.3 เซนติเมตร และเข็มสอดหรือเข็มเย็บไหมพรม ขนาด 5.2 เซนติเมตร

4.3 เครื่องประดับผม ได้แก่ กีบปากเปิดสีเงิน ขนาด 3.2 4.2 และ 5.6 เซนติเมตร และยางรัดผมสีดำ ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 4.5 เซนติเมตร

4.4 ปืนยิงการวุ้น

5. ถักโครเชต์ตามแพตเทิร์นที่จัดเตรียมไว้ พร้อมทั้งคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาจำหน่าย ดังนี้

5.1 กีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้จากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 1ก) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 1ข) แบบโบมีหางจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 1ค) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 1ง) แบบโบไม่มีหางจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 1จ) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 1ฉ) และแบบโบเชือกจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 1ช) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 1ซ)



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมประเภทกิ๊บติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

5.2 ยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้จากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 2ก) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 2ข) แบบโบมีหางจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 2ค) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 2ง) แบบโบไม่มีหางจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 2จ) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 2ฉ) และแบบโบเชือกจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 2ช) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ภาพที่ 2ซ)



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมประเภทยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

5.3 สกรีนซีลิกโครเซตจากไหมพรมฝ้ายนม (ภาพที่ 3ก) และไหมพรมโพลีเอสเตอร์
กำมะหยี่ (ภาพที่ 3ข)



(ก) ราคา 89 บาท



(ข) ราคา 89 บาท

ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมประเภทสกรีนซีลิกโครเซต

6. นำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเซตต้นแบบไปสอบถาม
ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการ
ถักโครเซต จากนั้นปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำผลิตภัณฑ์
ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อไป

ส่วนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่ง
ด้วยงานถักโครเซต

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นิสิตและบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูป
Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ และใช้การสุ่มตัวอย่าง
แบบบังเอิญ (Accidental sampling) (นิภา เมธาวีชัย, 2542)

2. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค
ต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเซต ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
(Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม
กับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.867 และได้นำไป
ทดลองใช้ (Try out) กับนิสิตและบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ไม่ใช่กลุ่ม
ตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ
0.870 แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค มีข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ เป็นแบบ
ตรวจรายการ (Check list) และแบบปลายเปิด (Open ended question) ดังนี้ 1) สถานภาพ
2) อายุ 3) ระดับความยาวผม 4) ลักษณะเส้นผม 5) การใช้เครื่องประดับผมในชีวิตประจำวัน
6) รูปแบบเครื่องประดับผมที่ใช้ และ 7) ความสนใจผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วย
งานถักโครเซต

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงาน
ถักโครเชต์ มีข้อความทั้งหมด 10 ข้อ เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (5-Rating scale)
โดยกำหนดระดับคะแนนและความหมาย ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก
- ระดับ 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ทั้งนี้ได้กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ และเกณฑ์ในการแปลความหมาย
ของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2539)

- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อความมีดังนี้ 1) ความสวยงามโดยรวม 2) รูปแบบของผลิตภัณฑ์ 3) ชนิดของ
ไหมพรม 4) คุณภาพของไหมพรม 5) ขนาดของผลิตภัณฑ์ 6) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์
7) การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ 8) ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ 9) ความเหมาะสมของ
งานถักโครเชต์กับเครื่องประดับประเภทที่ติดผม ยางรัดผม และสกรีนชี และ 10) ราคาของ
ผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1) ขอความอนุเคราะห์จาก
กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่าง
ชัดเจน 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้โดยใช้แบบสอบถาม
กระดาษ (Paper-based questionnaire) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนได้สัมผัสและทดลอง
ใช้ผลิตภัณฑ์จริงจำนวนทั้งสิ้น 18 ชิ้นงาน ก่อนทำการประเมิน และ 3) ตรวจสอบข้อมูลใน
แบบสอบถามเพื่อให้แน่ใจว่ามีความสมบูรณ์และถูกต้องก่อนนำไปวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS Statistics Version
26 โดยวิเคราะห์

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ใช้ค่าความถี่และร้อยละ

4.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์
ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์
ใช้การทดสอบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกสองทาง (Two-Way
ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($p \leq 0.05$) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least
Significant Difference (LSD)

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคประกอบด้วย นิสิตหญิงระดับปริญญาตรี (อายุ 18-23 ปี) และ บุคลากรหญิง (อายุ 26-64 ปี) ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร กลุ่มละ 50 คน รวมทั้งสิ้น 100 คน โดยครึ่งหนึ่งมีผิวยาวต่ำกว่าไหล่มากกว่า 4 นิ้ว (ร้อยละ 50) กลุ่มใหญ่ที่สุดมีลักษณะผอมตรง (ร้อยละ 62) ใช้เครื่องประดับผมในชีวิตประจำวัน (ร้อยละ 86) นิยมใช้ ยางรัดผมมากที่สุด (ร้อยละ 78) รองลงมาคือกิ๊บติดผม (ร้อยละ 50) และมีความสนใจใน ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ (ร้อยละ 75)

4.2 ความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

4.2.1 เครื่องประดับผมประเภทกิ๊บติดผม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับกิ๊บติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19-4.44) โดยกิ๊บติดผมที่ตกแต่งด้วยดอกไม้ถักโครเชต์จากไหมพรม ฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในประเภทกิ๊บติดผม (ค่าเฉลี่ย 4.44) ขณะที่ กิ๊บติดผมที่ ตกแต่งด้วยโบเชือกถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่ ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 4.19) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ จะเห็นว่า กิ๊บติดผมที่ตกแต่งด้วย งานถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จาก ไหมพรมโพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่ในทุกรูปแบบ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกิ๊บติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

รูปแบบ งานถักโครเชต์	ชนิดไหมพรม	ความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	SD	ระดับ
โบมีหาง	ฝ้ายนม	4.34	0.42	มาก
	โพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่	4.30	0.49	มาก
	รวม	4.32	0.46	มาก
โบไม่มีหาง	ฝ้ายนม	4.29	0.42	มาก
	โพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่	4.27	0.49	มาก
	รวม	4.28	0.45	มาก
โบเชือก	ฝ้ายนม	4.25	0.50	มาก
	โพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่	4.19	0.54	มาก
	รวม	4.22	0.52	มาก
ดอกไม้	ฝ้ายนม	4.44	0.47	มาก
	โพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่	4.37	0.51	มาก
	รวม	4.40	0.49	มาก
รวมทุกรูปแบบ	ฝ้ายนม	4.33	0.46	มาก
	โพลีเอสเตอร์ก้ำมะหยี่	4.28	0.51	มาก
	รวม	4.31	0.48	มาก

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ (ตารางที่ 2) พบว่า

1) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ในแต่ละรูปแบบ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยกีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ โบมีหาง (ค่าเฉลี่ย 4.32) โบไม่มีหาง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และโบเชือก ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคพบว่า กีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้ ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าแบบโบไม่มีหางและโบเชือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) นอกจากนี้ แบบโบมีหางยังได้รับความพึงพอใจสูงกว่าแบบโบเชือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ดังนั้น รูปแบบงานถักโครเชต์ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกีบติดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมต่างชนิดกัน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ดังนั้น ชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกีบติดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบงานถักโครเชต์กับชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกีบติดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกีบติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
รูปแบบงานถักโครเชต์	3.596	3	1.199	5.172	.002
ชนิดไหมพรม	0.470	1	0.470	2.030	.155
รูปแบบงานถักโครเชต์ X ชนิดไหมพรม	0.095	3	0.032	0.137	.938
ความคลาดเคลื่อน	183.574	792	0.232		
รวม	187.736	799			

4.2.2 เครื่องประดับผมประเภทยางรัดผม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ในระดับมากถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16-4.51) โดยยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยดอกไม้ถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในประเภทยางรัดผม (ค่าเฉลี่ย 4.51) ขณะที่ยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยโบเชือกถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบงานถักโครเชต์ จะเห็นว่า ยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ในทุกรูปแบบ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่ออย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

รูปแบบงานถักโครเชต์	ชนิดไหมพรม	ความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	SD	ระดับ
ดอกไม้	ฝ้ายนม	4.51	0.44	มากที่สุด
	โพลีเอสเตอร์กำมะหยี่	4.44	0.48	มาก
	รวม	4.48	0.46	มาก
โบมีหาง	ฝ้ายนม	4.42	0.44	มาก
	โพลีเอสเตอร์กำมะหยี่	4.32	0.54	มาก
	รวม	4.37	0.50	มาก
โบไม่มีหาง	ฝ้ายนม	4.41	0.47	มาก
	โพลีเอสเตอร์กำมะหยี่	4.33	0.52	มาก
	รวม	4.37	0.49	มาก
โบเชือก	ฝ้ายนม	4.26	0.55	มาก
	โพลีเอสเตอร์กำมะหยี่	4.16	0.65	มาก
	รวม	4.21	0.60	มาก
รวมทุกรูปแบบ	ฝ้ายนม	4.40	0.48	มาก
	โพลีเอสเตอร์กำมะหยี่	4.32	0.56	มาก
	รวม	4.36	0.52	มาก

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่ออย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ (ตารางที่ 4) พบว่า

1) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ในแต่ละรูปแบบ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยอย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ แบบโบมีหาง โบไม่มีหาง (ค่าเฉลี่ย 4.37 เท่ากัน) และโบเชือก ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า ย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้ ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าทุกรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) นอกจากนี้ แบบโบมีหางและโบไม่มีหาง ยังได้รับความพึงพอใจสูงกว่าแบบโบเชือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ดังนั้น รูปแบบงานถักโครเชต์ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่ออย่างรัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมต่างชนิดกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยอย่างรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าจากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ (ค่าเฉลี่ย 4.40 และ 4.32 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ดังนั้น ชนิดไหมพรม มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่ออย่างรัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบงานถักโครเชต์กับชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่ออย่างรัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
ยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
รูปแบบงานถักโครเชต์	7.034	3	2.345	8.850	.000
ชนิดไหมพรม	1.420	1	1.420	5.359	.021
รูปแบบงานถักโครเชต์ × ชนิดไหมพรม	0.055	3	0.018	0.069	.977
ความคลาดเคลื่อน	209.811	792	0.265		
รวม	218.319	799			

4.2.3 เครื่องประดับผมประเภทสกรีนซี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสกรีนซีถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) และมีความพึงพอใจต่อสกรีนซีถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสกรีนซีถักโครเชต์พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสกรีนซีที่ถักจากไหมพรมฝ้ายนมและไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ดังนั้น ชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสกรีนซีถักโครเชต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสกรีนซีถักโครเชต์จาก
ไหมพรมต่างชนิดกัน

ชนิดไหมพรม	$\bar{X}$	SD	d	t	p-value
ฝ้ายนม	4.46	0.46	-0.11	-1.628	.105
โพลีเอสเตอร์กำมะหยี่	4.57	0.44			
รวม	4.52	0.45			

4.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์

4.3.1 ด้านประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพผลิตภัณฑ์

1) ไหมพรมฝ้ายนมมีโครงสร้างแน่นและช่วยให้ลวดลายถักโครเชต์เด่นชัด ในขณะที่ไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่มีขนาดเล็กและเนื้อฟู ทำให้ลวดลายถักดูไม่ชัดเจน

2) สกรีนซีที่ถักจากไหมพรมฝ้ายนมมีลักษณะกว้าง อาจทำให้รัดผมได้ไม่แน่นพอ

3) งานถักโครเชต์ทุกรูปแบบเป็นงานฝีมือที่น่ารักและสวยงาม สามารถจับคู่กับเสื้อผ้าได้หลากหลายสไตล์ อย่างไรก็ตาม ควรพิจารณาราคาขายให้เหมาะสมกับคุณค่าของงานฝีมือ

4) ควรทำบรรจุภัณฑ์ด้วยเพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

4.3.2 ด้านการออกแบบและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์

- 1) ควรเพิ่มการตกแต่งด้วยลูกบิดที่โบเชือก เพื่อเพิ่มความสวยงามให้แก่ผลิตภัณฑ์
- 2) ควรนำรูปแบบงานถักโครเชต์มาใช้ในการตกแต่งสกรีนซี เพื่อเพิ่มความสวยงามและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์
- 3) โคมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ให้สัมผัสนุ่มละมุน และเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผลิตภัณฑ์
- 4) เครื่องประดับผมแบบสกรีนซี ควรเปลี่ยนสีของยางรัดผมด้านในจากสีดำเป็นสีที่กลมกลืนกับโคมพรม เพื่อให้ดูสวยงามยิ่งขึ้นเมื่อดึงยัดใช้งาน

4.3.3 ด้านความต้องการเฉพาะกลุ่มผู้ใช้

- 1) กีบติดผมที่ตกแต่งด้วยโบขนาดเล็กเหมาะสำหรับเด็กที่นิยมติดผม
- 2 ข้าง ในขณะที่ผู้ใหญ่ส่วนใหญ่มักมัดผมเป็นข้อเดียว ซึ่งอาจต้องการโบขนาดใหญ่ขึ้น
- 2) ควรเพิ่มขนาดของโบทั้งแบบมีหางและไม่มีหาง
- 3) โบแบบมีหางที่ใช้ตกแต่งยางรัดผมควรมีขนาดใหญ่ขึ้นเล็กน้อย

5. อภิปรายผล

5.1 รูปแบบงานถักโครเชต์

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบงานถักโครเชต์ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกีบติดผมและยางรัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยกีบติดผมและยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบดอกไม้ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด เนื่องจากผู้บริโภคชื่นชอบการออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งดอกไม้ยังมีความแข็งแรงและขนาดที่เหมาะสม (ข้อมูลจากแบบสอบถาม) ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของเครื่องประดับผมทั่วไปในตลาด โดยเฉพาะที่จำหน่ายในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, Facebook, Instagram หรือร้านขายเครื่องประดับผมแฮนด์เมด ที่มักเลือกใช้ลวดลายดอกไม้ ตุ๊กตา หรือรูปแบบแฟนซีในการตกแต่ง เพื่อเพิ่มความสะดุดตาและตอบสนองความต้องการด้านแฟชั่นของผู้บริโภค

ในขณะที่ กีบติดผมและยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์แบบโบเชือกซึ่งใช้เทคนิคการถักแบบ I-cord ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด เนื่องจากมีลักษณะเรียบง่าย ไม่ดึงดูดสายตา และดูไม่แข็งแรงเพียงพอที่จะใช้เป็นของตกแต่งเครื่องประดับผม (ข้อมูลจากแบบสอบถาม) ทั้งนี้เทคนิคการถักแบบ I-cord ซึ่งใช้สร้างเส้นถักลักษณะคล้ายเชือก มักนิยมใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เป็นสายกระเป๋ เชือกผูกเอว ที่คาดผม สายรัด หรือเชือกกรุ (Wan, 2020) มากกว่าจะนำมาใช้ตกแต่งกีบติดผมหรือยางรัดผม

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ของคานาน (2562) ได้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคอาจได้รับอิทธิพลจากการออกแบบที่สวยงามและการเลือกวัสดุที่มีคุณภาพ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มของตลาดและความชื่นชอบของกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย ดังนั้น การพัฒนางานถักโครเชต์จึงต้องคำนึงถึงรูปแบบที่ทันสมัย มีเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน (เกศศิริ ละเมนชัย และฤทธิชัย พานาค, 2566)

5.2 ชนิดไหมพรม

ผลการวิจัยพบว่า ชนิดไหมพรม มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างรัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยยางรัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจมากกว่าที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) เนื่องจากผู้บริโภคมีความเห็นว่า ไหมพรมฝ้ายนมมีโครงสร้างแน่นและช่วยให้ลวดลายถักโครเชต์เด่นชัด ในขณะที่ไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่มีขนาดเล็กและเนื้อฟู ทำให้ลวดลายถักไม่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ในตลาดที่ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมมักเลือกใช้ไหมพรมคุณภาพดี เช่น ทำจากฝ้ายหรือขนสัตว์ 100% เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า สำหรับไหมพรมกำมะหยี่แม้จะทำให้ลวดลายไม่ชัดเจน แต่ก็ให้ความรู้สึกรูหยาบและสัมผัสนุ่ม จึงพบเห็นในตลาดบางกลุ่ม เช่น สินค้าแฟชั่นเกาหลี สินค้าสำหรับเด็ก หรือสินค้าพรีเมียมที่เน้นความนุ่มนวล

อย่างไรก็ตามพบว่า ชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมประเภทกิ๊บติดผมและสกรีนซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ซึ่งอาจเนื่องมาจากลักษณะการใช้งานของเครื่องประดับทั้ง 2 ประเภทนี้ ที่ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับลวดลายถักหรือลักษณะของไหมพรมแต่ละชนิดดังที่กล่าวมาแล้ว เทียบเท่ากับยางรัดผม

5.3 ประเภทเครื่องประดับผม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมพบว่า ประเภทเครื่องประดับผม มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยสกรีนซีได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาคือ ยางรัดผม (ค่าเฉลี่ย 4.36) และกิ๊บติดผม (ค่าเฉลี่ย 4.31) ตามลำดับ ซึ่งแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

จากการวิเคราะห์ความเห็นของผู้บริโภคพบว่า สกรีนซีได้รับความพึงพอใจสูงเนื่องจากมีลักษณะโดยรวมที่สวยงาม ขนาดและความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์เหมาะสม อีกทั้งยังมีการออกแบบที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และความทันสมัย รวมถึงมีความเหมาะสมกับการตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์มากกว่ายางรัดผมและกิ๊บติดผม ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดทั้งในและต่างประเทศที่สกรีนซีกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง เนื่องจากสามารถใช้ได้ทั้งรวบผมและตกแต่งผม มีพื้นที่มากพอสำหรับการใส่ลวดลายหรือตกแต่ง และไม่รัดผมแน่นเกินไป สำหรับยางรัดผมซึ่งได้รับความพึงพอใจสูงกว่ากิ๊บติดผม เนื่องจากผู้บริโภคให้ความเห็นว่ายางรัดผมมีความแข็งแรงมากกว่ากิ๊บติดผม

6. องค์ความรู้ใหม่

การออกแบบงานถักโครเชต์เพื่อใช้ตกแต่งเครื่องประดับผม เช่น กิ๊บติดผมและยางรัดผม สามารถสร้างสรรค์ได้หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะงานถักโครเชต์รูปแบบดอกไม้ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด สะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการออกแบบที่มีความโดดเด่น มีความคิดสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์

ในด้านวัสดุที่ใช้ในการถักโครเชต์พบว่า ไหมพรมฝ้ายนมได้รับความนิยมมากกว่าไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ เมื่อนำมาตกแต่งยางรัดผม เนื่องจากโครงสร้างของเส้นด้ายที่แน่น

ช่วยให้ปลายถักมีความชัดเจนและสวยงาม อย่างไรก็ตามพบว่า ไหมพรมทั้งสองชนิดได้รับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อนำมาตกแต่งกับติดผมและถักสกรีนซึ่งแสดงว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากกว่าชนิดไหมพรมเพียงอย่างเดียว

องค์ความรู้สำคัญที่ได้จากการวิจัยนี้คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันตามประเภทของเครื่องประดับผม โดยเฉพาะชนิดไหมพรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในยารัดผม แต่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในก๊ีบติดผมและสกรีนซึ่งอย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลเชิงลึกนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผม โดยให้ความสำคัญกับการเลือกรูปแบบงานถักโครเชต์และชนิดไหมพรมที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับแต่ละประเภท เพื่อเพิ่มคุณค่าและเสริมจุดเด่นของงานถักโครเชต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

7. สรุป

การศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องประดับผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์ สรุปได้ว่า

1) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับติดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยก๊ีบติดผมที่ตกแต่งด้วยดอกไม้ถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และที่ตกแต่งด้วยโบเชือกถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด

ปัจจัยด้านรูปแบบงานถักโครเชต์ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อก๊ีบติดผมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ขณะที่ ปัจจัยด้านชนิดไหมพรม และปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อก๊ีบติดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจยารัดผมที่ตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) โดยยารัดผมที่ตกแต่งด้วยดอกไม้ถักโครเชต์จากไหมพรมฝ้ายนม ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และที่ตกแต่งด้วยโบเชือกถักโครเชต์จากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ ได้รับความพึงพอใจต่ำสุด

ปัจจัยด้านรูปแบบงานถักโครเชต์ และด้านชนิดไหมพรม มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างยารัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ขณะที่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างยารัดผม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

3) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสกรีนซึ่งถักโครเชต์โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) โดยที่ถักจากไหมพรมโพลีเอสเตอร์กำมะหยี่ ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าที่ถักจากไหมพรมฝ้ายนม อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านชนิดไหมพรม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสกรีนซึ่งถักโครเชต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมต่อเครื่องประดับผมทั้ง 3 ประเภท พบว่า สกรีนซึ่งได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาคือ ยารัดผม (ค่าเฉลี่ย 4.36) และ ก๊ีบติดผม (ค่าเฉลี่ย 4.31)

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

8.1.1 ควรปรับปรุงขนาดของงานถักโครเชต์แบบโบมีหางและโบไม่มีหางให้ใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่ที่นิยมมัดผมเป็นข้อเดียว เนื่องจากผู้บริโภคบางคนให้ความเห็นว่า โบขนาดเล็กเหมาะสำหรับเด็ก ที่นิยมมัดผมสองข้าง ในขณะที่ผู้ใหญ่ซึ่งมักมัดผมข้อเดียวอาจต้องการโบขนาดใหญ่กว่าที่ทำในปัจจุบัน

8.1.2 ควรปรับปรุงรูปแบบงานถักโครเชต์ให้มีความน่ารักและสวยงามยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มรายละเอียดที่หลากหลาย เช่น การออกแบบโบไม่มีหางให้เป็นโบสองชั้น เพิ่มการตกแต่งลูกปักบนโบเชือก เพื่อเพิ่มความสวยงามและสร้างมิติให้แก่ผลิตภัณฑ์

8.1.3 ควรเลือกใช้สีของเส้นยางด้านในของสครันชีให้กลมกลืนกับสีของไหมพรม เพื่อลดความแตกต่างของสีเมื่อดัดใช้งาน

8.1.4 ควรพัฒนาสครันชีที่มีการตกแต่งด้วยงานถักโครเชต์รูปแบบดอกไม้หรือโบ เนื่องจากปัจจุบันสครันชีเป็นเพียงการถักแบบเรียบ และผลการวิจัยแสดงว่ารูปแบบดอกไม้ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุดในประเภทมัดผมและยางรัดผม

8.1.5 ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการตลาดให้ดีขึ้น โดยผู้บริโภคบางคนให้ความเห็นว่า การได้เห็นบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ด้านวัสดุและเทคนิค

1) ควรศึกษาไหมพรมชนิดใหม่ เช่น ไหมพรมอะคริลิก ไหมพรมวูล หรือไหมพรมเบบีชีลด์ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบความเหมาะสมในการนำมาใช้ตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผม

2) ควรพัฒนาเทคนิคการถักโครเชต์รูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ รวมถึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

8.2.2 ด้านกลุ่มเป้าหมายและตลาด

1) ควรศึกษาความเห็นและความต้องการของผู้บริโภคที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เช่น เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ เพื่อให้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและเหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

2) ควรศึกษาปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าและกลุ่มตลาดเป้าหมาย

8.2.3 ด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

1) ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับผมประเภทใหม่ เช่น ที่คาดผม ผ้าคาดผม หรือคลิปหนีบผม เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยอาจมีการผสมผสานกับวัสดุอื่น หรือเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความน่าสนใจและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

2) ควรศึกษาแนวโน้มตลาดและความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นและความต้องการในอนาคต

9. เอกสารอ้างอิง

- เกศศิริ ละแมนชัย และฤทธิชัย ผานาค. (2566). การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าฝ้ายโครเซตบนฐานเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอซับใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารพุทธศาสตร์ มจร. อุบลราชธานี*, 5(2), 431-438.
- กิตติลา สิทธิกรณไกร, กมลรัฐ อีทรทัศน์ และปิยฉัตร ล้อมขวการ. (2566). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแฟชั่น. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 3(4), 147-166. <https://doi.org/10.14456/iarj.2023.182>.
- จินตนา อินภักดี และมยุรี ชมภูงาม. (2564). การประยุกต์ลวดลายตีนจกแม่แจ่มสำหรับใช้ในงานถักนิตติ้ง เพื่อสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 22(2), 123-138.
- ธนิษฐา นันทาพจน์ และพิษณุ ศุภนิมิตร. (2566). สายสัมพันธ์ ความรัก และการถักทอ: การศึกษางานศิลปะร่วมสมัยเทคนิคถักทอจาก 3 ศิลปินหญิงเชื้อสายเอเชีย. *วารสารศิลป์ พีระศรี*, 11(2), 207-240. <https://doi.org/10.14456/sbjfa.2023.14>
- นันทฉัตร สามแก้ว, ปรียารัตน์ ส่งแสง, พรณรายณ์ หอมระรื่น และวรลักษณ์ วรณโล. (2562). การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายโครเซตของตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารบัญชีปริทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 4(1), 83-93.
- นิภา เมธธาวิชัย. (2542). *สถิติเพื่อการวิจัย*. สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2539). การแปลผลเมื่อใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า. *การวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 2(1), 64-70.
- ปรวรรณ ดวงรัตน์, อาชัญญา รัตนอุบล และวีรฉัตร สุบุญโญ. (2563). รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัยของผู้สูงอายุในสังคมเมือง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 17(1), 466-481.
- วิลาศินี คู่ปลัดพี. (2557). *ถักโครเซตเครื่องประดับผมน่ารัก ๆ ที่อยากหยิบมาแต่งทุกวัน*. บริษัทอักษรา พอร์ คิตส์ จำกัด.
- Burns, P. & Van Der Meer, R. (2020). Happy hookers: Findings from an international study exploring the effects of crochet on wellbeing. *Perspectives in Public Health*, 141(3), 149-157. <https://doi.org/10.1177/1757913920911961>

- Data Bridge Market Research Private Ltd. (2025, April). *Global hair accessories market size, share, and trends analysis report - Industry overview and forecast to 2032*.
https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-hair-accessories-market?utm_source
- Global Market Insights Inc. (2025, February). *Hair scrunchies market size, by material, by price range, by size, by color type, forecast 2024-2032*.
<https://www.gminsights.com/industry-analysis/hair-scrunchies-market>.
- Jaskowiak, N., Stone, R. & Mgaedeh, F. (2024). A review of human factors research on people who crochet. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 68(1), 1271-1275.
<https://doi.org/10.1177/10711813241261350>
- McCulloch, G. (2023, February 26). *Gen-Z is hooked on crochet*.
<https://www.stuff.co.nz/life-style/300813454/a-common-thread-why-crochet-is-gen-zs-new-obsession>
- Wan. (2020, March 21). *I-cord tutorial: How to make and use the I-cord*.
<https://www.stuff.co.nz/life-style/300813454/a-common-thread-why-crochet-is-gen-zs-new-obsession>