

บทสรุปผู้บริหาร

(Executive Summary)

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยเพื่อธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของชาตินั้น จังหวัดต่างๆ ได้สนองตอบนโยบายดังกล่าวด้วยการณรงค์ให้คนในจังหวัดใช้ผ้าทอมือ อันสะท้อนถึงควมมีอารยะของชุมชนที่มีมาช้านาน ซึ่งผลจากการรณรงค์การแต่งชุดผ้าไทยนั้น นอกจากจะก่อให้เกิดการสร้างงานให้แก่กลุ่มสตรีทอผ้าตามหมู่บ้านและตำบลต่างๆ ในชนบทแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอันเป็นการบรรเทาปัญหาความยากจนตลอดจนเสริมสร้างการเรียนรู้ในการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนด้วย อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าศิลปะการทอผ้าจะมีลวดลายที่เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่นซึ่งได้สืบทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพชน การพัฒนาและออกแบบลวดลายของผ้าจึงเป็นไปตามความต้องการของผู้ทอผ้าแต่เพียงฝ่ายเดียว (Supply push) ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาผ้าทอมือจำหน่ายได้ในจำนวนที่น้อยลง จากการศึกษาพบว่า เสื้อผ้าสตรีที่ตกแต่งด้วยผ้าทอมือนั้น ผู้สวมใส่จะคำนึงถึงลวดลายและสีสันทันที่เหมะสมกับเสื้อผ้ามากที่สุด ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่า หากลวดลายและสีสันทันของผ้าทอมือเป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อ (Demand pull) จะช่วยให้กลุ่มสตรีทอผ้าในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสามารถจำหน่ายผ้าทอมือได้ในปริมาณที่มากขึ้น งานวิจัยนี้จึงได้ทำการพัฒนาระบบเพื่อหาความต้องการของลูกค้าในการผลิตผ้าทอมือ ซึ่งน่าจะเป็นทางออกที่ดีที่สุดสำหรับการเปิดโอกาสให้ลูกค้าทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศได้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการออกแบบลวดลาย เลือกลีลา และประเภทของเส้นใยของผ้าทอมือได้ตามความต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเป็นการยกระดับการพัฒนาการออกแบบลวดลายและสีสันทันของผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่กลุ่มได้มีโอกาสส่งออกผ้าทอมือไปยังต่างประเทศด้วย ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมศิลปหัตถกรรมของไทยให้สืบเนื่องต่อไป งานวิจัยนี้ยังได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 300 คน แบ่งเป็นผู้บริโภคชาวไทยจำนวน 150 คน และผู้บริโภคชาวต่างประเทศจำนวน 150 คน ผลการวิจัยมีความแตกต่างทางพฤติกรรมและทัศนคติระหว่างผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างประเทศในปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้า ลักษณะ ลวดลาย สี วัตถุประสงค์ในการซื้อ โอกาสที่ใช้ สถานที่ซื้อ ราคา การประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย