

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย*

CREATION OF VALUE-ADDED PRODUCTS FROM THE FABRIC GROUP
BAAN HAT SIEW SI SATCHANALAI DISTRICT SUKHOTHAI PROVINCE

เมธานี มธุพนธ์

Methani Mathupot

โชติ บดีรัฐ

Chot Bodeerat

ธณัฏฐา โรจนตรกุล

Tanastha Rojantrakul

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, ประเทศไทย

Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand

E-mail: methani2542@gmail.com

บทคัดย่อ

จากการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า ในตำบลหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย และศึกษาวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ตำบลหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย จำนวน จำนวน 6,575 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลหาดเลี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ที่ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่ม Taro Yamane โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 385 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. ข้อมูลปัจจัยพื้นฐาน ส่วนส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 57.1 อายุระหว่าง 50 ปี

* Received 10 June 2024; Revised 2 July 2024; Accepted 23 August 2024



ขึ้นไป ร้อยละ 32.2 มีสถานะภาพสมรส ร้อยละ 59.5 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 48.1 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.1 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 47.5 ระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย มากที่สุด คือ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 4.49 รองลงมาตามลำดับ ด้านผู้นำกลุ่ม ร้อยละ 4.47 ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ร้อยละ 4.46 ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 4.45 และ ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 4.45

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่ม, ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา, กลุ่มต้นผ้า

Abstract

The research on Adding Value to the Wisdom Products of the Make-through Stitches (Donpha) group of Baan Hadsio Si Satchanalai District, Sukhothai Province, aimed to study the operating conditions in creating value added of the Donpha Wisdom products in Hadsio Sub-district, Si Satchanalai District, Sukhothai Province and to study and analyze the creation of value added of the Donpha group's wisdom products. The samples were 385 people out of 6932 people from the population by using Yamane's formula. The data were collected by employing a questionnaire. The results of the analysis found that: 1. Information on basic personal factors of the respondents, most of them were males, 57.1 percent, aged 50 years and over; 32.2 percent had a legal status; 59.5 percent had primary education; 48.1 percent had a trade/own business; 36.1 percent had a monthly income between 10,001-20,000 baht. 47.5 percent of the level of value-added creation of wisdom products in the Donpha group Baan Hadsio, Si Satchanalai District, Sukhothai Province was found most in the following: product design of 4.49 percent, followed by Group leaders of 4.47 percent, local wisdom transfer 4.46 percent, government agency promotion 4.45 percent and product distribution 4.45 percent.

Keywords: Creating added value, Wisdom products, fabric group



บทนำ

ในปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 ที่ต้องมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ อันเนื่องจากแผนพัฒนาฉบับที่ 12 ทั้งสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพแรงงานและส่งเสริมสร้างอาชีพ รายได้ และให้ความช่วยเหลือที่เชื่อมโยงการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ผู้ด้อยโอกาสสตรี และผู้สูงอายุ เช่น การสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เข้าถึงเงินทุนเพื่อสร้างอาชีพ และการสนับสนุนการเข้าถึงปัจจัยการผลิตคุณภาพดีที่ราคาเป็นธรรม และในขนาดเดียวกันก็ต้องเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งบประมาณเชิงพื้นที่และบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และตามแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2566 - 2570 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (ราชกิจจานุเบกษา, 2559)

ช่วงที่ผ่านมา ภาครัฐพยายามปรับโครงสร้างเศรษฐกิจทุกระดับให้สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน ที่มีบทบาทสำคัญเพราะในประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีลักษณะเศรษฐกิจแบบสามเหลี่ยมที่มีฐานอยู่บนวิสาหกิจชุมชน (SMCE) และวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 80-90 ของเศรษฐกิจประเทศเป็นรากฐานที่ใหญ่ และมั่นคง วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นเศรษฐกิจฐานรากที่สร้างงานและรายได้ให้แก่ชุมชน เป็นการกระจายรายได้ และช่วยลดปัญหาสังคมอื่นๆตามไปด้วย (เสรี พงศ์พิศ, 2552)

ทั้งนี้ได้มีการกล่าวถึงระบบเศรษฐกิจฐานรากซึ่งหมายถึง ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นที่สามารถพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรมและเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาด้านอื่นๆ ในพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ระบบเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจชุมชน เป็นระบบเศรษฐกิจแนวราบที่ส่งผลและสร้างความสัมพันธ์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างผู้คนในชุมชนท้องถิ่น มิได้เป็นเศรษฐกิจในแนวดิ่ง ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาการขาดความสมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป หากพิจารณาความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์การค้าเพื่อเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนจะพบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้ถูกระบุให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนหลักของประเทศเกือบทุกแผน อาทิ แผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและยุทธศาสตร์ข้อที่ 9 การพัฒนาภาคเมือง



และพื้นที่เศรษฐกิจ ในการที่จะเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาค และมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมโดยมีแผนบูรณาการให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการชุมชนสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ไม่น้อยกว่า 120,000 ล้านบาท ด้วยความสามารถในการที่จะเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มขึ้น

การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลากหลายทางเช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งจะต้องทำไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้ายคือ ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยการสร้างบรรทัดฐาน ประชาสัมพันธ์ และการเพิ่มเรื่องเล่าให้กับสินค้านั้นๆ เช่น แหล่งวัตถุดิบกระบวนการผลิต ผู้ผลิตหรือผู้ออกแบบ ความเชื่อ และอ้างอิงประวัติศาสตร์ จะเห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เป็นการทำให้ของธรรมดา มีคุณค่าโดยการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ขึ้นมา เป็นแรงจูงใจให้กับลูกค้าที่สนใจสินค้า มีการตัดสินใจซื้อจากหลายปัจจัย เช่น ขอบบรรทัดฐาน มีความเชื่อที่ตรงกับสิ่งที่ตนเองศรัทธา เป็นต้น (พลชัย เพชรปลอด, 2561)

เทศบาลตำบลหาดเสี้ยวตั้งอยู่ในตำบลหาดเสี้ยว อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ตามถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 สวรรคโลก - ศรีสัชนาลัย อยู่ห่างจากจังหวัดสุโขทัยประมาณ 67 กิโลเมตร มีพื้นที่ 44 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 27,500 ไร่ มีประชากรจำนวน 6,575 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 3,089 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.98 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 3,486 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.02 ประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ค้าขาย และทอผ้าพื้นเมือง

ในจังหวัดสุโขทัยมีการรวมกลุ่มกันของชุมชนในการดันผ้าในรูปแบบของลายต่างๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าของชุมชนเป็นงานประณีตสวยงามเป็นลักษณะของการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น แต่ขาดการสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านบรรทัดฐานของสินค้า และภาพลักษณ์ของสินค้ายังไม่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับปัญหาช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดยังไม่ได้ทั่วถึงถึงกลุ่มลูกค้า ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าก็เป็นสิ่งที่ควรส่งเสริม และพัฒนาอย่างยิ่งในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณค่า มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และแสดงถึงความเป็นไทย สู่การแข่งขันได้อย่างยั่งยืน



ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ ที่มีมูลค่าเพิ่มอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเป็นการขยายตลาดในการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งพัฒนาระบบการจัดการกลุ่มอาชีพให้เพิ่มประสิทธิภาพ และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในปัจจุบันอีกทั้ง ยังสามารถนำรูปแบบดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางหรือประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของพื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ ดังต่อไปนี้ดังนี้

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาประชากร ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ได้แก่ ประชากรในพื้นที่ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย จำนวน จำนวน 6,575 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ที่ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่ม Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แบบสอบถามลักษณะให้เลือกตอบ



ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา กลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ซึ่งมีคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน ระดับความคิดเห็น

- 5 มากที่สุด/เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 มาก/เห็นด้วย
- 3 ปานกลาง/เห็นด้วยปานกลาง
- 2 น้อย/ไม่เห็นด้วย
- 1 น้อยที่สุด/ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของ ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา กลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยแบ่ง ลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการตอบแบบสอบถาม ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้ได้ข้อมูล แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา กลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา กลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่



ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลผลค่าคะแนน แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอันตรภาคชั้น ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด/ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย/ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง/เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก/เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด/เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการใช้แบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 57.1 อายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 32.2 มีสถานะภาพสมรส ร้อยละ 59.5 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 48.1 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.1 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 47.5

จากการใช้แบบสอบถาม พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับ มาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คือ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มากที่สุด ด้านผู้นำกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับมาก และด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก

เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้นำกลุ่มในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีการวางแผนร่วมกัน เพื่อที่ผู้นำกลุ่มและสมาชิกต้องมีการวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน อยู่ในระดับมาก



ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยจากปลวก/มอด/แมลงอื่นๆ เพื่อที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น อยู่ในระดับ มากที่สุด

ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับปานมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ มีการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การส่งเสริมสนับสนุนของรัฐเป็นการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งรูปแบบสีสันทันและลวดลาย อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า บ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านผู้นำกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับมาก และด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้นำกลุ่ม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีการวางแผนร่วมกัน ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผู้นำกลุ่ม การที่จะเป็นผู้นำของกลุ่มได้นั้น จะต้องมีความเชี่ยวชาญมีความรู้ความสามารถในการพัฒนาตนเอง มีความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเพียรพยายาม อีกทั้งยังต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง สอดคล้องกับภคจิรา ยงกิจเจริญลาภ (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะแห่งอนาคตในบริษัทมหาชน การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับองค์กรและเพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำที่จะทำให้องค์กรในอนาคตประสบผลสำเร็จในบริษัทมหาชน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการที่จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ทำงานในบริษัทมหาชน และนำมาวิเคราะห์ผลด้วย วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน จากผลการศึกษาจากกลุ่มวิจัย จำนวน 444 คน พบว่า ลักษณะภาวะผู้นำเพียง 1 ลักษณะได้แก่ ภาวะ



ผู้นำโดยธรรมชาติ และ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำเพียง 1 ปัจจัย ได้แก่ การบริหารจัดการตนเอง ที่มีอิทธิพลต่อทั้งผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้และความพึงพอใจของพนักงานองค์กร

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยจากปลวก/มอด/แมลงอื่นๆ ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้ง่ายและสะดวกต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ และยังสามารถให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะอีกทั้งสามารถผลิตให้เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และความต้องการของตลาด สอดคล้องกับจूरिरत्न บัวแก้ว (2561) ได้ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมด้วยลวดลายจวนตานี งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำต้นแบบลายจวนตานีมาออกแบบใหม่และปักลงบนผืนผ้าคลุมผมสตรี เพื่อพัฒนารูปแบบสินค้าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม ให้มีความทันสมัยสร้างมูลค่าเพิ่มและคงอัตลักษณ์ลายจวนตานีเป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีจัดอบรมปฏิบัติการการปักลายจวนตานีประยุกต์และสัมภาษณ์เชิงลึกกับสมาชิกกลุ่มมุสลิมมะฮ์บุหงาตันหยง ผลการวิจัยพบว่าการอบรมปฏิบัติการครั้งที่ 1 ผู้วิจัยนำลายจวนตานีมาออกแบบใหม่และจัดอบรมปักผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมให้แก่สมาชิกกลุ่มมุสลิมมะฮ์บุหงาตันหยง ทำให้ได้ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่มีรูปแบบใหม่และมีลวดลายแตกต่างไปจากต้นแบบลายจวนตานีทั้งนี้เพราะลายจวนตานีใช้เทคนิคการทอผ้าไหมทำให้เกิดลวดลายเส้นเรขาคณิตที่มีลักษณะเส้นอยากเป็นเหลี่ยม ประกอบกับลายมีขนาดเล็กและยังมีความละเอียดมี 3-5 สี ส่วนผ้าขาวที่นำมาใช้ปักผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมมีเนื้อผ้าที่บางเบา จึงต้องปรับลายจวนตานีเพื่อให้มีขนาดเล็กและลดความซับซ้อนของลวดลายใช้สีของได้ในการปักน้อยลงเพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคที่ต้องการลวดลายขนาดเล็กสีสันทนกลมกลืนกับผ้าที่ปักและใช้สวมใส่กับเครื่องแต่งกายได้หลากหลายชุด การอบรมปฏิบัติการครั้งที่ 2 ผู้วิจัยมอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญออกแบบลายจวนตานีใหม่แต่ยังคงอัตลักษณ์ดั้งเดิมไว้ ผลการทดลองพบว่าลวดลายที่ออกแบบใหม่นี้เมื่อนำมาปักบนผืนผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมเส้นโค้งแต่ละเส้นมีลักษณะเป็นเส้นอยากไม่สามารถยกเข็มปักจักรเพื่อปักเส้นหยักในทุกๆจุดได้ ทำให้ได้ลายจวนตานีที่มีความสวยงามอีกรูปแบบหนึ่งผู้วิจัยคัดเลือกลายต้นแบบจวนตานีที่มีเส้นโค้งไม่มีเส้นอยากแล้วนำมาจัดเรียงรูปแบบใหม่ ผลการทดลองพบว่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ปักด้วยลายเส้นโค้งทำได้สวยงามคล้ายคลึงกับลายต้นแบบมากทำให้สินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความทันสมัย สร้างมูลค่าเพิ่มและคงอัตลักษณ์ดั้งเดิมภายใต้ลวดลายจวนตานีอีกทั้งกลุ่มผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมมะฮ์บุหงาตันหยง ได้เรียนรู้



ถึงภูมิหลังของลายจวนตานีที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพชนที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับสมาชิก

ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือมีการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีการถ่ายทอดภูมิปัญญา แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน ในการเลือกบุคคลที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญ เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาได้ สอดคล้องกับภคพล รอบคอบ (2563) ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาและการสืบสานการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชนบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการศึกษาการถ่ายทอดภูมิปัญญาพบว่า (1) ด้านผู้ส่งสาร พบว่า การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองใช้การบอกเล่าแบบปากต่อปากร่วมกับการสาธิต และลงมือทำให้อีกทั้งยังมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาผ่านการแสดงพื้นบ้าน (2) ด้านเนื้อหาสาร พบว่า เนื้อหาสารเน้นการให้สังเกตการกระทำ และการทำให้เห็นหรือการลงมือทำด้วยตัวเอง (3) ด้านช่องทางการสื่อสาร พบว่า ช่องทางการสื่อสารเน้นไปที่การสื่อสารผ่านตัวบุคคล การสื่อสารแบบปากต่อปาก และการสื่อสารผ่านเสียงตามสายของภายในชุมชน การสื่อสารผ่านไลน์แอปพลิเคชัน และการสื่อสารผ่านการจัดการประชุมในดำเนินกิจกรรมต่างๆ (4) ด้านรับสาร พบว่า ผู้รับสารในชุมชนรับสารจากครูภูมิปัญญา ปราชญ์ของชุมชน ผู้นำชุมชนและการบอกต่อจากสมาชิกภายในชุมชน โดยจะร่วมกันอนุรักษ์วิถีชีวิตและ วัฒนธรรมดั้งเดิมให้อยู่ภายในชุมชนและยังใ้มนั้แนวโน้มให้ลูกหลานร่วมกันเรียนรู้วิถีชุมชนดั้งเดิมให้ผสมกลมกลืนกับยุคสมัยต่อไป

ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การส่งเสริมสนับสนุนของรัฐเป็นการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีการส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐ เพราะภาครัฐสามารถที่จะประยุกต์ได้ และภาครัฐยังสามารถที่จะกำหนดแผนและนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกั้กับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับอวิสดา ปกมนตรี และสุดาวรรณ สมใจ (2561) ที่พบว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลของการน้อมนำประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การเพิ่มมูลค่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาขีดความสามารถ ที่มีผลต่อการตลาดอย่างยั่งยืนของสินค้า พรีเมี่ยมโอท็อปจากผักตบชวา โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าพรีเมี่ยมโอท็อป จาก



ผักตบชวา ของผู้แทนกลุ่มโอท็อปผักตบชวา และสมาชิกกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สินค้าพรีเมียมโอท็อปจากผักตบชวา การสนับสนุนจากภาครัฐ นโยบายของรัฐซึ่งจะมีผลกระทบต่อปัจจัยการผลิต การโฆษณา ภาษี และการผูกขาดการค้าเนินธุรกิจ ทั้งนี้รัฐบาลมีหน้าที่สร้างปัจจัยที่เอื้อต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ เช่น โครงสร้างขนส่ง ถนน หนทาง การบินการเรือที่ดี โครงสร้างการสื่อสาร โทรคมนาคม การศึกษาส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจต่างๆ

ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งรูปแบบสีสันทันและลวดลาย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับวัฒนา ปอนแก้ว (2565) ที่พบว่า การส่งเสริมทางการตลาด การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการขาย และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า โดยการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ปัจจุบันเทคโนโลยี เครื่องมือสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการตลาดมีความหลากหลายและมีการแข่งขันกันสูงชุมชนของเราหันมาให้ความสนใจในด้านการสื่อสารการตลาดมากขึ้น และใช้เป็นเครื่องมือหลักสำคัญเพื่อจูงใจผู้บริโภคในหลายรูปแบบและสร้างความชัดเจนให้กับผู้บริโภค กระบวนการพัฒนาทางการตลาดทางชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง นั้นให้การพัฒนาและการดำเนินงานอย่างเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาบริบทของชุมชน การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการชุมชน อีกทั้งมีการจัดทำแผนชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม เพื่อสามารถตอบโจทย์ของผู้บริโภคเป็นไปได้อย่างถูกต้อง ทั้งยังเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวของผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายให้ตระหนักถึงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ

องค์ความรู้ใหม่

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า เริ่มต้นจากการวางแผนการดำเนินงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญากลุ่มต้นผ้า มีการวางแผนการทำงานร่วมกันของกลุ่มสมาชิก มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ และศึกษาถึงความต้องการของประชาชนในแต่ละช่วงอายุ เพื่อให้เหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัย หลังจากดำเนินงานมีการติดตามและประเมินผลในการ



ดำเนินงานเพื่อศึกษาถึงปัญหาในการดำเนินงานและนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพในอนาคต

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐควรจัดให้มีการฝึกอบรมความรู้ความเข้าใจการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มโดยการนำวิทยากรจากองค์กรที่มีประสิทธิภาพมีความเป็นมืออาชีพมาฝึกอบรมพัฒนาอย่างต่อเนื่องทุกๆปี 2. หน่วยงานภาครัฐควรบูรณาการทีมประชารัฐเข้ามาช่วยเหลือ ในการแสวงหาช่องทางการตลาด การขายผ่านช่องทางออนไลน์ 3. การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ กลุ่มหรือชุมชนควรมีการศึกษาจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายกลุ่ม ที่ให้เหมาะสมกับประชาชนทุกเพศทุกวัย 4. หน่วยงานของรัฐควรมีการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ ในด้านการพัฒนาศักยภาพทักษะในด้านการประกอบอาชีพของกลุ่ม ควรมีการสนับสนุนให้มีเครือข่ายชุมชนในการเรียนรู้เพื่อที่จะทำให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อที่จะได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีไปยังชุมชนอื่นๆ ได้ด้วย และ5. ในการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นควรทำให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ เพื่อแสดงให้เห็นถึง ภูมิปัญญาของชาวบ้านในพื้นที่ และสามารถทำให้มีคุณค่าทางใจของผู้รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

บรรณานุกรม

- จุรีรัตน์ บัวแก้ว. (2561). การสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมด้วยลวดลายจวนตานี. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 10(2), 137-155.
- พลชัย เพชรปลอด. (2561). 5 วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเรื่องเล่าช่วยกระตุ้นต่อมอยากซื้อของลูกค้า. เรียกใช้เมื่อ 3 มิถุนายน 2567 จาก http://sentangsedtee.com/career-channel/article_96344.
- ภคพล รอบคอบ. (2563). การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาและการสืบสานการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชน บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. ใน (หลักสูตรศิลปศาสตรม



หาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม). บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภักจิรา ยงกิจเจริญลาภ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะแห่งอนาคตในบริษัทมหาชน. ใน (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ราชกิจจานุเบกษา. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564), เล่ม 133 ตอนที่ 115 ก ลงวันที่ 30 ธันวาคม 2559.

วัฒนา ปอนแก้ว. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้เศษหินจากกระบวนการผลิตครกของชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ตำบลพิชัย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง. ใน (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

เสรี พงศ์พิศ. (2552). คู่มือการทำวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์.

อวิस्ता ปกมนตรี และสุดาวรรณ สมใจ. (2561). การเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาขีดความสามารถและปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตลาดอย่างยั่งยืนของสินค้าพรีเมียมโอท็อปจากผักตบชวา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 7(2), 68-80.

Taro Yamane. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rd Ed. New York: Harper and Row Publications.