

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้
กรณีศึกษากลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี

Product Development from Fabric Waste for Value Creation and Income Enhancement: A Case Study of the Quilt and Rug Sewing Community Enterprise, Village 8, Ban Nong Khun, Ubon Ratchathani Province

ปวิณญดา บุญรัมย์^{1*} อโนทัย หาระสาร² บุญทวารณ วิงวอน³
Pawinyada Boonrom^{1*} Anothai Harasarn² Boonthawan Wingwon³

Received: November 11, 2025

Revised: December 29, 2025

Accepted: December 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน โดยต่อยอดจากทุนทางปัญญา ทุนทรัพยากรและทุนเครือข่าย และ 3) เพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การวิจัยเป็นแบบเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตภาคสนาม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย ประธานและสมาชิกกลุ่ม กำนันท้องถิ่น คณะอาจารย์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี รวมทั้งสิ้น 39 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ได้แก่ การผลิตเพียงพรมเช็ดเท้าแบบดั้งเดิม ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง รายได้ต่ำจากการขายส่ง และแรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังมีศักยภาพด้านภูมิปัญญาและทักษะการตัดเย็บจากเศษผ้า เมื่อนำกระบวนการมีส่วนร่วมมาใช้ สมาชิกสามารถร่วมกันออกแบบและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น พรมเช็ดเท้าลวดลายใหม่ ที่รองแก้ว ที่รองจาน และที่รองหม้อ ซึ่งได้รับการตอบรับเชิงบวกจากลูกค้า และสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าเดิม อีกทั้งยังมีแนวโน้มขยายตลาดไปสู่ของที่ระลึกและตลาดออนไลน์ได้

คำสำคัญ : วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์เศษผ้า

^{1*} นักศึกษาปริญญาตรีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Email: pawinyada.b@ubru.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ รองศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี



Abstract

This study aimed to: (1) analyze the problems and needs of the Quilt and Rug Sewing Community Enterprise, Village 8, Ban Nong Khun, Yang Yo Phap Sub-district, Muang Sam Sip District, Ubon Ratchathani Province; (2) develop products through community participation by leveraging intellectual capital, local resources, and network collaboration; and (3) increase the income of the community enterprise. The research employed a qualitative approach using in-depth interviews, participatory workshops, and field observations. Key informants included the group leader and members, the local headman, faculty members, and students from Ubon Ratchathani Rajabhat University, totaling 39 participants.

The findings revealed that the community enterprise faced several limitations, such as producing only traditional doormats, a lack of product variety, dependency on middlemen, low income from wholesale prices, and a reliance on elderly labor. However, the group also demonstrated potential in local wisdom and sewing skills using fabric waste. By applying participatory processes, members were able to collaboratively design and produce prototypes of new products, including redesigned doormats, coasters, plate mats, and pot holders. These products received positive feedback from customers and could be sold at higher prices, with potential to expand into souvenir and online markets.

Keywords: Community Enterprise, Community Products, Product Development, Textile Waste

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยมีเป้าหมายในการสร้างรายได้ การพึ่งพาตนเอง และการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ผ่านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรม และทุนทางสังคม (พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน, 2548; กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557) ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยข้อมูลปี พ.ศ. 2565 พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product; GDP) มีมูลค่า 17,367,310 ล้านบาท ขณะที่ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Micro, Small and Medium Enterprises; MSME) อยู่ที่ 6,105,604 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.2 ของ GDP รวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ณ สิ้นปีงบประมาณพ.ศ. 2567 ประเทศไทยมีวิสาหกิจชุมชนจดทะเบียนกว่า 74,196 แห่ง มีสมาชิกกว่า 1.3 ล้านคน (กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2567) แสดงถึงบทบาทเชิงโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชนในระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย

นโยบายภาครัฐได้ให้ความสำคัญต่อการยกระดับวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยบรรจุไว้ใน ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) และ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ซึ่งมุ่งส่งเสริมการใช้ศักยภาพท้องถิ่น การสร้างมูลค่าเพิ่ม การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ รวมถึงการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างยั่งยืน (ประกาศเรื่องยุทธศาสตร์ชาติ, 2561; สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยจำนวนมากสะท้อนว่าวิสาหกิจชุมชนยังเผชิญปัญหา

และข้อจำกัดหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการและการตลาด ข้อจำกัดด้านเงินทุนหมุนเวียน และการขาดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ไม่สามารถขยายตลาดไปยังตลาดที่มีมูลค่าสูงได้ (สนิทเดช จินตนา และธีระพงษ์ ฐิริปาณิก, 2562; สุพาตา สิริกุดตา, 2566)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน งานของ ทาริกา สระทองคำ และคณะ (2565) พบว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคตช่วย เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างความแตกต่างให้กับชุมชน ขณะที่กิตติยา ฤทธิภักดี และนวรรตน์ ลิ้มสกุล (2567) ชี้ว่า ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะท้อนอัตลักษณ์ และมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิด หัตถอุตสาหกรรม (Industrial Crafts Design) ซึ่งผสมผสานทักษะภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์เชิงออกแบบเข้ากับกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรม ถือเป็นอีกแนวทางที่ ช่วยยกระดับความโดดเด่นและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2560)

ในเชิงปฏิบัติ การสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนไม่อาจเกิดขึ้นได้เพียงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ต้องอาศัย การมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง งานของสุพัตรา ยอดสุรางค์ (2562) เน้นว่าการมีส่วนร่วมทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ และช่วยให้การพัฒนามีความต่อเนื่องและยั่งยืน ทั้งยังสอดคล้องกับงานของณรงค์ฤทธิ์ ประสาน ตรี และคณะ (2566) ที่เสนอว่าการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกช่วยขยายโอกาสทางการตลาดและ เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับกลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏในฐานะสถาบันการศึกษาที่มีพันธกิจด้านการพัฒนาท้องถิ่นตาม ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย ราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) ได้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ รับผิดชอบ (ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562) โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ซึ่งมีพื้นที่ให้บริการ ครอบคลุมจังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร และอำนาจเจริญ ที่ผ่านมาได้บูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน และบริการวิชาการ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ

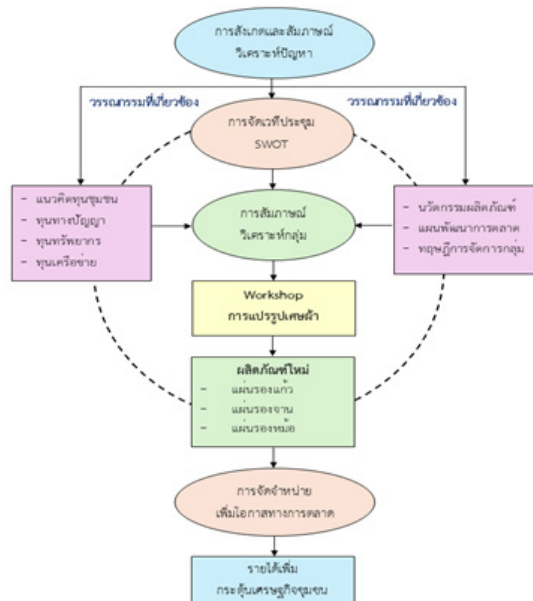
ในบริบทนี้ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด อุบลราชธานี ถือเป็นกรณีศึกษาที่สะท้อนทั้งศักยภาพและข้อจำกัดของวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น กลุ่มมีความเชี่ยวชาญใน การตัดเย็บและการใช้เศษผ้าเพื่อผลิตเป็นพรมเช็ดเท้าที่มีความประณีต แต่ยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และอัต ลักษณ์ที่ชัดเจน ทำให้การต่อยอดเชิงการตลาดยังมีข้อจำกัด จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงเกิดความจำเป็นในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน การบูรณาการทุนทางปัญญา ทุนทรัพยากร และทุนเครือข่าย เพื่อยก ระดับรายได้และสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี
- 2.เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนด้วยการต่อยอดทุนทางปัญญา ทุนทรัพยากรและ ทุนทางเครือข่าย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี
- 3.เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ้าห่มพรมเช็ดเท้า บ้านหนองขุน ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 24 คน กำนันตำบลยางโยภาพ 1 คน อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 8 คน และนักศึกษา จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 39 คน

การเก็บข้อมูลดำเนินการด้วย 3 วิธี ได้แก่ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้เครื่องมือ คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) เพื่อศึกษาปัญหา ความต้องการ และแนวทางการพัฒนา 2) การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Workshop) จัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ และหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม 3) การสังเกต (Observation) โดยใช้เครื่องบันทึกวิดีโอ บันทึกกระบวนการผลิตพรมเช็ดเท้า ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ การตัดเย็บ จนกระทั่งผลิตเสร็จเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เข้าใจบริบทจริงและตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ข้อมูลที่ได้ถูกบันทึกและถอดความ จากนั้นนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดหมวดหมู่สังเคราะห์ประเด็น และตีความตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเก็บข้อมูลภาคสนามดำเนินการระหว่างวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2568 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2568

ผลการวิจัย

1.สภาพปัจจุบันของปัญหา

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุน พบว่า ตำบลยางโยภาพ ตั้งชื่อตามสภาพเดิมตามสถานที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่ายาง และโดยการนำชื่อสุดท้ายของผู้ก่อตั้งมาต่อกัน คือ ท้าวไชโย และท้าวสุภาพ

จึงเรียกว่า “ยางโยภาพ” “ตำบลยางโยภาพ” ตั้งเมื่อใดไม่มีหลักฐานปรากฏ จากการศึกษาประวัติของวัด ทำให้ทราบว่าน่าจะก่อตั้งก่อนปี พ.ศ. 2390 โดยการนำของท้าวไชโย และท้าวสุภาพ ซึ่งอพยพมาจากหลวงพระบาง มาตั้งถิ่นฐานที่บ้านห้วยเวียงหลวง อำเภอหัวตะพาน และได้อพยพมาตั้งบ้านเรือนใหม่ ณ บริเวณป่าไม้ยางจึงได้ตั้งชื่อว่า “ยางโยภาพ” โดยบ้านหนองซุ่นเป็นหมู่บ้านหนึ่งในตำบลยางโยภาพ สมาชิกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา โดยมีคำขวัญประจำหมู่บ้านดังนี้ “หนองซุ่น ซุ่นแต่น้ำใจใส ซุ่นแต่นอก ส่วนใน ผ่องแพรว เฉากเช่น อุบล ใบบัง สุกคนนา สุริยะ ส่วนต้อง กลีบแล้ว กลิ่นกรอนาสา” ต่อมาในปี พ.ศ. 2513 ได้มีการตัดเย็บผ้าห่ม พรมเช็ดเท้าจากเศษผ้าโดย คุณยายละม่อม ซึ่งได้มีการถ่ายทอดวิธีการตัดเย็บผ้าห่ม พรมเช็ดเท้า จากเศษผ้าให้กับลูกหลานที่มีนิสัยเย็บปักถักร้อย จึงทำให้มีการผลิตเป็นอาชีพเสริมหลังจากการทำนา จนทำให้เกิดเป็นธุรกิจเล็ก ๆ ขึ้นภายในชุมชน

ปัจจุบันสมาชิกของกลุ่มใช้เวลาว่างจากการทำนามาเย็บพรมเช็ดเท้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสตรีที่ค่อนข้างมีอายุ เนื่องจากคนหนุ่มสาวมักจะไปประกอบอาชีพอย่างอื่น การเย็บพรมเช็ดเท้าจึงเป็นเพียงอาชีพเสริมในยามว่างเท่าที่สุขภาพและเวลาจะเอื้ออำนวย โดยในการผลิตพรมเช็ดเท้าต้องอาศัยจักรเย็บผ้าซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง หากอุปกรณ์ชำรุดหรือมีสมาชิกรายใหม่ที่ต้องการหารายได้จากการผลิตพรมเช็ดเท้า ก็จำเป็นต้องมีเงินลงทุนในการซื้อจักรเย็บผ้า ส่วนใหญ่ก็จะมีการซื้อจักรมือสอง เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุน นอกจากนั้นทักษะฝีมือและความประณีตในการตัดเย็บก็เป็นสิ่งสำคัญต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกระบวนการผลิตพรมเช็ดเท้า พบว่ามีขั้นตอนการผลิตพรมเช็ดเท้า ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตพรมเช็ดเท้า

จากการสังเกต พบว่า ทักษะในการเย็บของสมาชิกแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ตามความถนัดและความเคยชิน ความคุ้นเคยกับจักรเย็บผ้าก็ส่งผลต่อความเร็วในการทำงานเช่นกัน ดังคำกล่าวของสมาชิกที่ทำการสาธิตการผลิตพรมเช็ดเท้า ดังนี้

“...มันบ่อถนัด บ่อคือจักรเจ้าของ เห็นบ่อ เก้ ๆ กัง ๆ ถ้าของเจ้าของ เหยียบเล่น ๆ ไปโลด...”

“...จักรไผ่จักรมัน ตีนไผ่ตีนมัน บ่อถนัดคึกกัน..”



นอกจากนั้นการเลือกผ้าก็มีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เช่นกัน เช่น หากผ้ามีความหนาอาจทำให้เย็บไม่เข้าหรืออาจทำให้เข็มหักได้ ลวดลายของผ้าก็มีผลต่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์เช่นกัน แต่เนื่องจากผ้าที่ใช้ในการผลิตจะเป็นเศษผ้าจากโรงงาน ทำให้ไม่สามารถเลือกสีหรือลายแบบเฉพาะเจาะจงได้ ผู้ผลิตที่มีความสามารถในการจับคู่ผ้าและการเลือกสีก็จะมีผลผลิตที่สวยงามกว่า ทั้งนี้จำนวนกลีบหรือความถี่ในการต่อเครื่องมีผลต่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์เช่นกัน หากใช้จำนวนกลีบเยอะ จะดูแน่นและสวยงามมากกว่าพรมเช็ดเท้าที่ใช้กลีบจำนวนน้อยและมีระยะห่างในการต่อเครื่องกว้างกว่า

2. การจัดเวทีประชุม

หลังจากที่ได้มีการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของกลุ่มเย็บผ้าพรมเช็ดเท้า และการผลิตผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้นแล้ว ทางผู้วิจัยจึงได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Workshop) โดยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างสมาชิกกลุ่ม อาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ณ ศาลาประชาคมของบ้านหนองขุ่น

จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทำให้ได้ทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการผลิตพรมเช็ดเท้าว่า กลุ่มเย็บผ้าพรมเช็ดเท้าจะทำการผลิตเพียงผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าแบบเดิม ๆ ไม่มีความหลากหลาย และจะทำในลักษณะของการขายส่ง โดยจะมีคนกลางซึ่งนำเศษผ้าจากโรงงานมาส่งให้สมาชิก เพื่อทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า จากนั้นก็จะรับซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาขายส่ง ประมาณ 11-13 บาท ต่อผืน ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีราคาไม่สูงนัก แต่เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาการจัดหาเศษผ้าจากคนกลาง และไม่สามารถหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง จึงทำให้สมาชิกมีรายได้จากการผลิตไม่มากนัก การเย็บพรมเช็ดเท้าจึงถูกมองเป็นอาชีพเสริม หลังจากที่มีเวลาว่างจากการทำนาเท่านั้น จากการสัมภาษณ์กำนันตำบลยางโยภาพ พบว่า ทางกำนันอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยหาทางยกระดับรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า

“...ถ้าเป็นไปได้ก็อยากจะให้ช่วยหาทางว่าทำยังไงชาวบ้านถึงจะขายได้เงินเยอะขึ้น ทุกวันนี้ก็ได้เงินแค่สิบเอ็ดสิบสองบาท มันน้อยเกินไป...”

จากนั้นก็ได้นำสมาชิกช่วยกันวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เกี่ยวกับการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม แล้วออกมานำเสนอ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การแบ่งกลุ่มในการวิเคราะห์ SWOT

หลังจากที่ทุกกลุ่มได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) หรือการวิเคราะห์ SWOT สามารถสรุปได้ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 สรุปการวิเคราะห์ SWOT เกี่ยวกับการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์กลุ่ม

จากการสัมภาษณ์และการระดมสมองจากประธานกลุ่ม สมาชิก อาจารย์ และนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า ได้ดังนี้

- 1) สมาชิกส่วนใหญ่ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำนา ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของครัวเรือน การทำผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าเป็นเพียงอาชีพเสริมยามมีเวลาว่าง ทำให้รายได้ในส่วนนี้มีความไม่สม่ำเสมอ
- 2) มีผลิตภัณฑ์หลักเพียงอย่างเดียว คือ พรมเช็ดเท้า ซึ่งมีรูปแบบและลวดลายแบบเดิม ๆ ตามความเคยชิน ไม่มีการพัฒนาลวดลายใหม่ ส่วนผลิตภัณฑ์อย่างอื่นยังไม่มีตลาดรับซื้อ จึงไม่ได้ทำการผลิต
- 3) ราคารับซื้อผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าไม่สูง เนื่องจากการขายราคาส่ง อำนาจต่อรองกับผู้ซื้อต่ำ เนื่องจากไม่มีตัวเลือกทางการตลาดที่ดีกว่า
- 4) การทำผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าต้องอาศัยจักรเย็บผ้า ซึ่งมีราคาสูง ต้องอาศัยเงินลงทุนในการซื้อจักรเย็บผ้า
- 5) ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีข้อจำกัดด้านสุขภาพ
- 6) คุณภาพผลผลิตขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ทักษะฝีมือ ความสามารถในการออกแบบ ศิลปะในการจับคู่สี และการเลือกลวดลายของผ้าอย่างเหมาะสม

แนวทางในการพัฒนา

- 1) ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยต่อยอดจากทรัพยากร ทักษะ ความชำนาญที่มีอยู่เดิม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย เป็นการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางการตลาด



2) ลดการพึ่งพาคนกลาง โดยการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ เช่น การขายตรงผ่านตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ และงานแสดงสินค้า OTOP

3) เสริมสร้างศักยภาพชุมชนด้วยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบ การตัดเย็บ และด้านการตลาด ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ เพื่อสืบสานงานอาชีพและต่อยอดการพัฒนา

4) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เพื่อขอคำปรึกษา เทคโนโลยี การพัฒนาแบรนด์ และการหาเงินทุนสนับสนุนในการดำเนินงานและการลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็น

4. การประชุมเชิงปฏิบัติการการแปรรูปเศษผ้า

ในการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางในการแปรรูปเศษผ้า โดยอาศัยทรัพยากร และทักษะความชำนาญที่มีอยู่เดิม สรุปเป็นแนวทางดังนี้

4.1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เดิม

ในการสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก และเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของกลุ่ม อาจทำได้หลายวิธี เช่น

1) การพลิกกลับด้วยวิธีการที่แตกต่าง จะทำให้ได้รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามแตกต่างกันไป

2) การออกแบบลวดลายที่มีความแปลกใหม่ แตกต่างจากแบบเดิม เพื่อไม่ให้เกิดความจำเจ และอาจกระตุ้นให้ลูกค้าเลือกซื้อในปริมาณมากขึ้นด้วย เนื่องจากอยากได้สินค้าที่มีความสวยงามหลาย ๆ แบบ

3) การจับคู่สีของผ้าที่นำมาถัก เช่น การใช้ผ้าลายกับผ้าพื้น การจับคู่สี ฯลฯ ซึ่งต้องมีศิลปะในการเลือกใช้ เพื่อให้เกิดความสวยงาม และหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าที่ไม่สามารถเลือกใช้ผ้าตามต้องการได้ จึงจำเป็นต้องประยุกต์จากเศษผ้าที่มี

4) นอกจากนั้นคุณสมบัติของผ้าก็เป็นสิ่งจำเป็น เช่น การเลือกใช้ผ้าที่ดูดซับน้ำได้ ความหนาบางของผ้า ต้องสอดคล้องกับรูปแบบการพลิกกลับ เนื่องจากการพลิกกลับบางแบบอาจทำให้กลีบผ้ามีความหนา ผ้าที่ใช้จึงไม่ควรหนาจนเกินไปจึงจะสามารถเย็บได้ โดยไม่ทำให้เข็มหัก

4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทักษะ องค์ความรู้ และทักษะที่มีอยู่เดิม โดยในเบื้องต้นมีผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไปได้ในการพัฒนา ดังนี้

1) ที่รองแก้ว โดยต้องให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับฐานแก้ว ผ้าที่ใช้ไม่ควรหนาจนเกินไป กลีบผ้าที่ทำขอบไม่ควรหนาจนเกินไปอาจทำ 1 ถึง 2 ชั้น

2) ที่รองจาน โดยมีเส้นผ่าศูนย์กลางของฐานรองจานสอดคล้องกับขนาดของก้นจาน ขอบของที่รองจานไม่ควรมีหลายชั้นจนเกินไป เพราะจะทำให้มีความหนา ไม่เรียบ

3) ที่รองหม้อ โดยมีเส้นผ่าศูนย์กลางของฐานรองจานสอดคล้องกับขนาดของก้นหม้อ ขอบของที่รองหม้อไม่ควรมีหลายชั้นจนเกินไป เพราะจะทำให้ใช้พื้นที่เยอะ ผ้าที่ใช้ควรทนความร้อน

5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

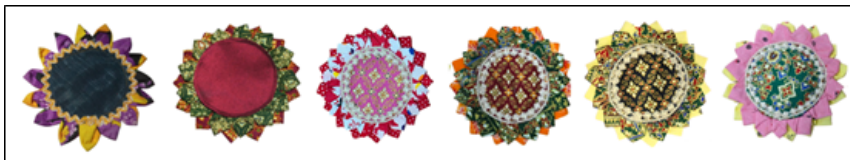
หลังจากที่ได้แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ สมาชิกได้ทดลองทำผลิตภัณฑ์ ดังนี้

5.1 ผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าลวดลายใหม่



ภาพที่ 4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าลวดลายใหม่

5.2 ผลิตภัณฑ์ที่รองแก้ว



ภาพที่ 5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่รองแก้ว

5.3 ผลิตภัณฑ์ที่รองจานและที่รองหม้อ



ภาพที่ 6 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่รองจานและที่รองหม้อ

6. การจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์นาร่องที่รองแก้ว ที่รองจาน และที่รองหม้อที่พัฒนาขึ้น สามารถจำหน่ายได้ และลูกค้ามีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หากมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดได้มากขึ้น และขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อไปเพื่อใช้งาน ไม่นิยมนำไปทำของฝาก แต่ผลิตภัณฑ์ที่รองแก้ว ที่รองจาน และที่รองหม้อ หากพัฒนาให้ดูสวยงามขายตลาดไปสู่การเป็นของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับร้านอาหารหรือโรงแรมได้



7. รายได้เพิ่ม

ผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าเมื่อนำมาตั้งราคาขายหน้าร้าน สามารถขายได้ ผืนละ 50-100 บาท ขึ้นอยู่กับลวดลายและความปรารถนาของงาน ซึ่งต่างจากการขายส่งที่มีรายได้เพียง 11-13 บาท ต่อผืน ในส่วนของผลิตภัณฑ์นาร่อง เช่น ที่รองแก้ว จำหน่ายได้ 15-25 บาท ที่รองจานและที่รองหม้อ จำหน่ายได้ 20-35 บาท แต่ก็เป็นราคาจำหน่าย ณ วิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถจำหน่ายได้เพียงครั้งคราว ไม่มียอดสั่งซื้อเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้ ที่ตั้งของวิสาหกิจไม่ใช่จุดที่จะมีลูกค้าเดินทางมาซื้อโดยเฉพาะ วิสาหกิจจำเป็นต้องขยายช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่เพียงจะช่วยลดการพึ่งพาคนกลาง ยังช่วยให้สมาชิกได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้น สามารถนำกำไรที่ได้ไปลงทุนซื้อจักรและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพดี และยกระดับการผลิตให้เป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ กรณีศึกษากลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโกลน อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า บ้านหนองขุ่น มีข้อจำกัดหลายด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หลักมีเพียง พรมเช็ดเท้าแบบเดิม ๆ ขาดความหลากหลาย 2) สมาชิกส่วนใหญ่เป็นสตรีสูงอายุ ทำให้แรงงานมีข้อจำกัดด้านสุขภาพ และคนรุ่นใหม่ไม่ค่อยสืบสานอาชีพ 3) ขาดทุนหมุนเวียนและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน (ใช้จักรมือสองเป็นหลัก) 4) คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากทักษะและการออกแบบแตกต่างกัน 5) รายได้ต่ำจากการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง (11-13 บาท/ผืน) เพราะไม่สามารถหาตลาดตรงได้เอง

อย่างไรก็ตามวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองขุ่น หมู่ 8 มีศักยภาพด้านภูมิปัญญาการตัดเย็บและการใช้ทรัพยากรเหลือใช้ แต่ยังติดขัดในด้านการออกแบบ การตลาด และทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างช่องทางจำหน่ายตรง และการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมและเครือข่ายความร่วมมือ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มรายได้และสร้างความยั่งยืนให้แก่กลุ่มในระยะยาวเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนด้วยการต่อยอดทุนทางปัญญา ทุนทรัพยากรและทุนทางเครือข่าย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชน

2. จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนด้วยการต่อยอดทุนทางปัญญา ทุนทรัพยากรและทุนทางเครือข่าย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุ่น ตำบลยางโกลน อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า จากกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สมาชิก คณาจารย์ และนักศึกษาได้ร่วมกันคิดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยทุนทางปัญญาและทักษะที่มีอยู่เดิม ได้แก่ การเพิ่มรูปแบบพรมเช็ดเท้า เช่น ลวดลายใหม่ การจับคู่สี และการพับกลีบให้หลากหลาย รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากเศษผ้า เช่น ที่รองแก้ว ที่รองจาน ที่รองหม้อ ผลลัพธ์ คือ สามารถผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ได้จริง และได้รับการตอบรับเชิงบวกจากลูกค้า



ภาพที่ 8 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่

3. จากวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 3 เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าห่มพรมเช็ดเท้า หมู่ 8 บ้านหนองขุน ตำบลยางโยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าและเหมาะกับการใช้เป็นของฝาก หรือของตกแต่ง ต่างจากพรมเช็ดเท้าที่ใช้เพียงในครัวเรือน นอกจากนี้ยังพบว่า หากมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์ จะสามารถเพิ่มรายได้และฐานลูกค้าได้มากขึ้น ลดการพึ่งพาคนกลาง และสร้างโอกาสยกระดับจากอาชีพเสริมไปสู่ธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองขุน ได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์หลักเพียงพรมเช็ดเท้าแบบดั้งเดิม ขาดความหลากหลายในการออกแบบ การพึ่งพาคนกลางในการจัดหาวัตถุดิบและช่องทางการจำหน่าย รวมถึงข้อจำกัดด้านทุนหมุนเวียนและแรงงานซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทำให้รายได้ไม่มั่นคงและไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างยั่งยืน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ สนิทเดช จินตนา และธีระพงษ์ ภูริปานิก (2562) ที่ชี้ว่าวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยจำนวนมากยังคงประสบปัญหาเรื่องเงินทุน การจัดการ และการตลาด ส่งผลให้ไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งได้อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการวิจัยโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory Approach) ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ ทำให้สมาชิกสามารถร่วมกันคิด วิเคราะห์ และออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ที่รองแก้ว ที่รองจาน และที่รองหม้อ โดยอาศัยทุนทางปัญญาและทักษะการตัดเย็บที่มีอยู่เดิม ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับแนวคิด Community Participation Theory ของ Cohen และ Uphoff (1980) ที่มองว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความรู้สึกรับผิดชอบและทำให้การพัฒนามีความต่อเนื่อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานของสุพัตรา ยอดสุรางค์ (2562) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยสร้างพลังทางสังคมและนำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนา

ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มความหลากหลาย และ ลดลายการออกแบบใหม่ ไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองรสนิยมของตลาดในเชิงรูปธรรมเท่านั้น แต่ยังแสดงถึง ความสามารถในการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์และผู้บริโภคที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจงสูงขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Kotler และ Keller (2016) ที่เน้นว่าการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และตรงกับงานของทาริกา สระทองคำ และคณะ (2565) ที่ระบุว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติ การดีไซน์ร่วมสมัย หรือ



การเพิ่มฟังก์ชัน การใช้งาน สามารถสร้างความสนใจใหม่ในตลาดและขยายโอกาสทางการค้า ทั้งในตลาดออนไลน์และตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถสร้างโอกาสทางการตลาดและเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการแก้ไขปัญหาของวิสาหกิจชุมชนไม่อาจมุ่งเพียงการผลิตเท่านั้น แต่ต้องอาศัยการบูรณาการทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด (Kotler & Keller, 2016) ด้วยการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น จากคนท้องถิ่นสู่คนเมืองหรือชาวต่างชาติ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับสินค้า ด้วยการช่วยเปลี่ยนผลิตภัณฑ์พื้นบ้านให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์พรีเมียม ด้วยการมีส่วนร่วมของสมาชิก (Cohen & Uphoff, 1980; สุพัตรา ยอดสุรางค์, 2562) และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกชุมชน (ณรงค์ฤทธิ์ ประสานตรี และคณะ, 2566) ทั้งหมดนี้เป็นกลไกที่จะช่วยยกระดับรายได้และสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1.1 กลุ่มวิสาหกิจควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยไม่จำกัดอยู่เพียงในรูปแบบเดิม เช่น กระเป๋าหรือของใช้พื้นฐานเท่านั้น แต่ควรขยายแนวคิดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์ ตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น ของตกแต่งบ้าน ของใช้สำนักงาน ของขวัญ ของฝาก หรือสินค้าที่มีการผสมผสานระหว่างงานศิลปะและงานหัตถกรรมอย่างลงตัว การออกแบบลวดลายใหม่ที่น่าสนใจเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และสามารถเปิดตลาดใหม่ได้ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

1.2 ควรยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่ครอบคลุมทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตัดเย็บ การเลือกใช้วัสดุ และการควบคุมคุณภาพการผลิต ผู้ผลิตในชุมชนควรได้รับความรู้ที่ทันสมัย พร้อมฝึกทักษะที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงในกระบวนการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความประณีต ทนทาน และน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น นอกจากนี้การอบรมยังเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และต่อยอดนวัตกรรมท้องถิ่นให้ทันกับกระแสของตลาดโลก

1.3 ในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว การตลาดแบบดั้งเดิมอาจไม่เพียงพอต่อการเข้าถึงลูกค้าอีกต่อไป กลุ่มควรเร่งพัฒนาแบรนด์ของตนเองผ่านการออกแบบ โลโก้ บรรจุภัณฑ์ และฉลากที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างความโดดเด่นและน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค พร้อมกันนี้ควรใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัลอย่างจริงจัง เช่น การสร้างเพจ Facebook, การทำตลาดผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce หรือการใช้ TikTok และ Instagram เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่โดยตรง กลยุทธ์นี้จะช่วยลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง เพิ่มกำไร และสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับลูกค้า

1.4 การพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งและยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือจากภายนอก ทั้งในด้านเงินทุน เทคโนโลยี และองค์ความรู้ การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ หรือองค์กรภาคเอกชน จะช่วยให้กลุ่มได้รับการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม ทั้งการอบรมพัฒนาเครื่องจักร การเข้าถึงทุนหมุนเวียน และการวางแผนธุรกิจ นอกจากนี้ ควรเข้าร่วมโครงการส่งเสริมต่างๆ เช่น OTOP งานแสดงสินค้าทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ เพื่อเปิดโอกาสในการขยายตลาด เพิ่มยอดขาย และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับกลุ่มอื่น ๆ ในเครือข่าย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเป้าหมาย ทั้งในตลาดท้องถิ่น ตลาดออนไลน์ และตลาดนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาด

2.2 ควรมีการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพราะเป็นกระบวนการสำคัญ ที่ช่วยให้เห็นภาพรวมของการดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยในช่วงต้นน้ำจะวิเคราะห์เรื่องการจัดหาวัตถุดิบให้มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม กลางน้ำมุ่งเน้นที่การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ลดของเสีย และควบคุมคุณภาพ ส่วนปลายน้ำเน้นเรื่องการตลาด การตั้งราคา และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่หลากหลาย การวิเคราะห์ทั้งระบบจะช่วยให้สามารถระบุจุดอ่อน และหาแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพในแต่ละขั้นตอน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น ลดต้นทุน และขยายตลาดได้กว้างขึ้นอย่างยั่งยืน

2.3 การใช้เศษผ้าในการผลิต ควรถูกวิจัยเพิ่มเติมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสะท้อนถึงความยั่งยืน (Sustainability) และสามารถใช้เป็นจุดขายเชิง Green Product ในตลาดที่มีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2557). *การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC*. กรุงเทพฯ:

กรมส่งเสริมการเกษตร.

กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2567, 30 กันยายน). *สรุปจำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว*. สืบค้นจาก <http://www.sceb.doae.go.th>

กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2560). พัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้กรอบแนวคิดการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม.

วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9(2), 333–366.

กิตติยา ฤทธิภักดี และนวรรตน์ ลิ้มสกุล. (2567). ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกาย มุสลิม (ดาหลาปาเต๊ะ) ตำบลควนสตอ อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล.

วารสารมหาจุฬานาครทรรค์. 11(9) หน้า 199-210.

ณรงค์ฤทธิ์ ประสานตรี, จันทนา อุดม, และไพโรจน์ บุตรชีวิน. (2566). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่น: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 7(1), 25-44.

ทาริกา สระทองคำ, อนงค์ ไต้วัลย์ และอมร ฤงสุวรรณ. (2565). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 8(1) หน้า 239-250.

ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2562). *ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย ราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ.

ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570). (2565, 1 พฤศจิกายน).

ราชกิจจานุเบกษา, 139(ตอนพิเศษ 258 ง), 1–143.

ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580). (2561, 13 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา, 135(82 ก), 1–71.

พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. (2548, 18 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา, 122(6 ก), 319–327.

สนิทเดช จินตนา และธีระพงษ์ ภูริปาณิก. (2562). ปัญหา ข้อจำกัด และแนวทางในการสร้างความเข้มแข็ง ให้กับวิสาหกิจชุมชน ในประเทศไทย. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*. 12(3) หน้า 179-193.



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566. กรุงเทพฯ: สสว.
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2566). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก.
กรุงเทพฯ: สนค.

สุพัตรา ยอดสุรางค์. (2562). แนวคิดว่าด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน. *วารสารวิจัยและพัฒนา
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 14(1), 122-132.

สุพาดา สิริกุดตา. (2566). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลไม้บ้านยาวิ
จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. 26(1): 89-104.

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through
specificity. *World Development*, 8(3), 213–235. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(80\)90011-X](https://doi.org/10.1016/0305-750X(80)90011-X)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.