

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ

A Design and Development of Community Products in Nongtoom Sub-District Phu Kheow District Chaiyaphum Province

สุภาพรณ เพิ่มพูล¹ และ ณฐภัทร อัมพันธุ์²

Supapan Permpool¹ and Natapat Ampan²

¹คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

²วิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

¹Faculty of Humanities, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

²International Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Corresponding Author, Email: ²natapat.am@mcu.ac.th

Retrieved: June 10, 2024; Revised: April 5, 2025; Accepted: April 18, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ และ เพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ โดยรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ และหลักการทางพระพุทธศาสนา พื้นที่วิจัย คือ ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ มีกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านโนนเสลา หมู่ที่ 6 ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ใช้วิธีคัดเลือกด้วยการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

1. วิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา หมู่ที่ 6 ต.หนองตูม อ.ภูเขียว จ.ชัยภูมิ ประกอบด้วยแม่บ้านวัยกลางคนและผู้สูงอายุ ถ่ายทอดองค์ความรู้การทอผ้าและออกแบบลายผ้าจากฐานสู่ฐานอนุรักษ์ลายชิตแบบดั้งเดิม และสร้างสร้างลายชิตแบบใหม่ๆ พัฒนาผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท ตามความต้องการของลูกค้า และต้องการได้รับความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ และด้านการตลาดรวมถึงความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมให้การทอผ้าลายชิตเป็นอาชีพที่ยั่งยืน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านกระบวนการระดมความคิดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชนและคณะผู้วิจัย ได้แนวคิด 3 แบบ ได้แก่ (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากลายผ้าแบบดั้งเดิม เช่น ย้อมผ้าชิตลายขอเจ้าฟ้า เป็นต้น (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากลายผ้าแบบใหม่ที่มีอยู่ ซึ่งเป็นจุดเด่น มีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ย้อมผ้าชิตลายแห่นาคโหด (3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากลายผ้าที่ออกแบบขึ้นใหม่ จากการวิจัยแบบมีส่วนร่วมนี้ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ ผ้าชิตลายพระธาตุหนองสามหมื่นสำหรับใส่กรอบรูป เป็นภาพแขวนผนังเป็นของที่ระลึก
3. รูปแบบการส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนใช้แนวคิดที่เชื่อมโยงกับประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน เริ่มจากการตระหนักถึงความสำคัญขององค์ความรู้การทอผ้าชิต เพื่อสืบสานวัฒนธรรมถ่ายทอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่า ด้วยการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ คือ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ AGPIAI 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) วิเคราะห์ตนเองและลูกค้า (Self and Customer Analysis) (2) มองหา เป้าหมาย ชัดเจน (Clear Goal Identification) (3) ภูมิใจ มุ่งเน้น แผนการ (Pride and Strategic Commitment) (4) ทำงาน ซื่อสัตย์ มุ่งมั่น (Integrity And Determined Execution) (5) ทุกชั้น ประเมิน ใส่ใจ (Continuous Evaluation and Attention To Detail) และ (6) ไตร่ตรอง แก้ไข พัฒนา (Reflection, Adjustment And Improvement) ซึ่งเป็นการบูรณาการหลักอิทธิบาท 4 วงจรเดมมิง (PDCA) เพื่อส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การออกแบบผลิตภัณฑ์; การพัฒนาผลิตภัณฑ์; วิสาหกิจชุมชน; มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

Abstract

This research article aims to study the design and development of community products in Nong Tum Subdistrict, Phu Kheow District, Chaiyaphum Province, to enhance community product development and to establish a model for promoting the value and significance of these products. The research employs a mixed-methods approach, combining qualitative research and participatory action research (PAR). It is grounded in product development concepts, value-added strategies, and Buddhist principles to guide the process. The research was conducted in Nong Tum Subdistrict, Phu Kheow District, Chaiyaphum Province. The target group and key informants included members of the community enterprise group specializing in traditional natural-dyed fabric weaving in Ban Non Salao, Village No. 6, selected through purposive sampling. Three research tools were used semi-structured interviews and focus group discussions. Data were analyzed using content analysis and presented in a descriptive format. The research findings reveal that:

1. The community enterprise of the Natural Dye Weaving Group in Ban Non Salao, Village No. 6, Nong Tum Subdistrict, Phu Kheow District, Chaiyaphum Province, consists of middle-aged women and elderly members. They pass down traditional weaving knowledge and fabric design from generation to generation, preserving traditional Khid patterns while also creating new designs. The group continuously develops a diverse range of products based on customer demand and seeks systematic knowledge in product design, and marketing along with support from governmental and private sectors, to ensure the sustainability of the Khid weaving profession.

2. The development of community products was carried out through a participatory brainstorming process between the community group and the research team, leading to three key approaches: (1) Creating new products from traditional patterns, such as Khid shoulder bags featuring Lai Kho Chao Fa. (2) Developing new products from the unique patterns that reflect community identity, such as Khid shoulder bags with the Lai Hae Nak Hod design. (3) Innovating new products that highlight community identity which is the Khid fabric with the Lai Phra That Nong Sam Muen design, framed as wall art decorations a souvenir.



3. The model for enhancing the value and significance of community products integrates traditional and cultural heritage. It begins with recognizing the importance of Khid weaving knowledge, preserving cultural traditions, and transforming them into meaningful products that embody community identity. Marketing strategies are employed to add value through online dissemination and public relations efforts.

The knowledge derived from this research is the product development process for enhancing the value and significance of products, known as the AGPIAI model, consisting of six steps: (1) Self and Customer Analysis (2) Clear Goal Identification (3) Pride and Strategic Commitment (4) Integrity and Determined Execution (5) Continuous Evaluation and Attention to Detail (6) Reflection, Adjustment, and Improvement. This framework integrates the Four Iddhipāda (Paths to Success) and the Deming Cycle (PDCA) to enhance the value and significance of the products.

Keywords: Product Design; Product Development; Community Enterprise; Product Added Value

บทนำ

งานหัตถกรรมผ้าทอมือของชุมชนในแต่ละภาคของประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับชาติและนานาชาติในฐานะผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงค่านิยม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การทอผ้าในแต่ละประเภทมีกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การได้มาซึ่งเส้นใย ผ้าฝ้าย ผ้าไหม วิธีการย้อมสีด้วย ไหม เทคนิค และวิธีการทอผ้า ประเภทต่าง ๆ การจก การขีด เป็นต้น เหล่านี้เป็นภูมิปัญญาที่เป็นมรดกตกทอดมา ในแต่ละชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ เช่น ผ้าไหมและผ้าฝ้าย ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสมควรได้รับการอนุรักษ์และพัฒนาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป (ณภัทร หงส์ทอง, 2548)

งานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทอผ้าและคุณค่าทางวัฒนธรรมของผ้าทอพื้นเมือง แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนในแง่ของการออกแบบ การผลิต และการตลาด ยังคงเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการศึกษาเพิ่มเติม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนในหลายพื้นที่ของประเทศไทย เช่น ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ ซึ่งแต่ละภูมิภาคมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น เผชิญกับปัญหาหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันในตลาดสมัยใหม่ ดังนี้

1. การออกแบบและลวดลายที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดปัจจุบัน แม้ว่าผ้าทอพื้นเมืองจะมีเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่การออกแบบลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์มักไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้ขาดความน่าสนใจและไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ (ชูศักดิ์ ยาทองไชย และวิไลรัตน์ ยาทองไชย, 2565); (ณรงค์ฤทธิ์ มะสุใส และคณะ, 2561)

2. การขาดการจัดการและการบริหารที่มีประสิทธิภาพ กลุ่มทอผ้าชุมชนหลายแห่งขาดการจัดการที่เป็นระบบ ทั้งในด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการตลาด ส่งผลให้การดำเนินงานไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างเต็มที่ (สุภาวศ์พิมพ์ คล้ายธานี และคณะ, 2562)

3. ข้อจำกัดด้านการผลิตและเทคโนโลยี การทอผ้าพื้นเมืองมักใช้เทคนิคดั้งเดิมที่ซับซ้อนและต้องการความชำนาญสูง ทำให้การผลิตมีปริมาณน้อยและใช้เวลานาน นอกจากนี้ การขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ (ชัชจรียา ใบลี, 2560)

4. การขาดการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้การสืบทอดความรู้และทักษะการทอผ้าพื้นเมืองลดลง และอาจส่งผลให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเสี่ยงต่อการสูญหาย (ปิลันธน์ ปุณณฺยประภา และคณะ, 2561)

5. การขาดการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดสากล แม้ว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจะมีศักยภาพในการส่งออกแต่การขาดการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามมาตรฐานสากลรวมถึงการขาดความรู้ด้านการตลาดระหว่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างเต็มที่ (ปิยะวรรณ ปานโต, 2566)

6. การขาดการพัฒนาศักยภาพชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมักขาดการบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้การพัฒนาไม่ยั่งยืนและไม่สามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับชุมชนได้ (ลักขณา สุกใส และคณะ, 2564)

ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและอาจส่งผลต่อความยั่งยืนของหัตถกรรมพื้นเมืองในระยะยาว การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องมีการบูรณาการระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ ขณะเดียวกันยังควรรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคไว้

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด หลักการ และวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การพัฒนาแนวทางที่เป็นระบบในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชน ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น หลาย ๆ ชุมชนในอำเภอภูเขียว มีการผลิตผ้าทอ ทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชุมชนในตำบลหนองตูม มีงานทอผ้าผ่านประเภทผ้าซิดทอมือ ซึ่งเป็นเทคนิคการทอที่เป็นเอกลักษณ์ ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ เป็นแหล่งผลิตผ้าซิดที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดชัยภูมิ ชาวบ้านได้สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าซิดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ และมีการพัฒนาตลาดสาย สีสน และผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เช่น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ผ้าฝ้ายซิด ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าซิดไหม ผ้าคลุมไหล่ ผ้าบุโต๊ะ กระเป๋าผ้า หมอนซิด เสื้อผ้า เป็นต้น พื้นที่นี้ จึงมีความน่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับการศึกษาและพัฒนากระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นในด้านวัฒนธรรม

บ้านโนนเสลา ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือ ประเพณีแห่ناقโหด จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงข้างขึ้นเดือนหก ประเพณีนี้มีความโดดเด่นและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (ฐิติรดา เปรมปรี, 2562) การแห่ناقมีลักษณะเฉพาะ โดยการหามแคร่ไม้ไผ่ที่ناقนั่งอยู่ และมีการโยกแคร่ไปตามจังหวะดนตรีอีสานอย่างสนุกสนาน ซึ่งแฝงด้วยคติธรรม เรื่องความอดทน ความยากลำบาก และความตั้งใจอย่างแน่วแน่ ที่จะขอวชเป็นพระภิกษุ ประเพณีแห่ناقโหด เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี ช่วยเหลือกัน และมีจิตสำนึกรักถิ่นฐานบ้านเกิด (เกศสุตา โภคานิตย์ และคณะ, 2564) กลุ่มทอผ้าซิด ชุมชนบ้านโนนเสลา ตำบลหนองตูม ได้รับการสนับสนุนให้ออกแบบลายผ้าซิดลายใหม่ เรียกว่า ผ้าซิดลายแห่ناقโหด แสดงให้เห็นถึงประเพณีเป็นเอกลักษณ์ และศักยภาพของช่างทอผ้า และความใส่ใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าซิด ให้มีคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้น

การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเอง เพื่อการส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การบูรณาการองค์ความรู้ทางพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่ และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอสามารถก้าวเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตม อำเภอกุยบุรี จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตม อำเภอกุยบุรี จังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตม อำเภอกุยบุรี จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองตม อำเภอกุยบุรี จังหวัดชัยภูมิ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการดังนี้ คือ 1) ศึกษาเชิงเอกสาร โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องหนังสือ รายงานการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของคนในชุมชน 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและจัดจำหน่าย รวมถึงแนวทางสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเน้นด้านการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด การออกแบบตราสินค้า การจัดจำหน่ายออนไลน์ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม ทั้งในการวางแผนงาน การดำเนินงาน การรับผลตอบแทน และการประเมินผลงานเพื่อพัฒนา 3) การสนทนากลุ่มย่อย โดยสร้างประเด็นการสนทนาขึ้นจากการวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวทางการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อการชี้้นำให้เกิดการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกัน ในประเด็นแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ความชัดเจนตามจุดมุ่งหมายการวิจัย 4) วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการลงพื้นที่สำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองตม เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการร่วมมือของชุมชนเป็นผู้ร่วมออกแบบ โดยมีกระบวนการดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตผ้าทอพื้นเมือง จังหวัดชัยภูมิ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จากสำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดชัยภูมิ รวม 5 คน

2. สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน

ผู้ร่วมกิจกรรม

กลุ่มผู้ประกอบการ และประชาชนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อร่วมออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน จำนวน 20 คน

ขั้นตอนที่ 1 การร่วมศึกษา วิเคราะห์ บริบทพื้นที่ และสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การร่วมวางแผน เป็นการวางแผนการพัฒนากระบวนทัศน์ในการพัฒนา ร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ และหาแนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่า

ขั้นตอนที่ 3 การร่วมดำเนินการ เป็นขั้นตอนที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยการสนับสนุนด้านวิชาการให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการอบรมการตลาดออนไลน์

ขั้นตอนที่ 4 การร่วมรับผลประโยชน์ ชุมชนและภาคีเครือข่ายได้มีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 เป็นการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนของการออกแบบและการพัฒนาสินค้าทางการตลาด

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ร่วมกิจกรรม กลุ่มประชาชนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อร่วมออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตำบลหนองตุม อำเภอกุฉิเยว จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้การบันทึกข้อมูลด้วยวิธีการเขียน บันทึกเสียง บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูปและกล้องถ่ายภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1) ดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ประชาชนในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน สามารถให้ข้อมูลได้ตรงประเด็นและน่าเชื่อถือ ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง

2) การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้เลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก พร้อมทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร และการสนทนากลุ่ม

3) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ดำเนินเป็นขั้นตอนได้แก่ 1. การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชน การบริหารจัดการชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ 2. นำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ 3. ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเป็นการบรรยายความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) และการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 1) การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) คือ การเลือกหาจุดที่น่าสนใจ สรุปย่อ ปรับข้อมูลดิบ 2) การแสดงข้อมูล (Data Display) คือ กระบวนการวิเคราะห์ การเลือกเฟ้นข้อมูลตัวอย่าง แสดงตัวอย่างให้เห็น ก่อให้เกิดความเข้าใจ 3) การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion And Verification) เป็นการสังเคราะห์ ข้อความย่อย ให้เป็นบทสรุป และตรวจสอบยืนยัน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตุม อำเภอกุฉิเยว จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า

1. บริบทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลหนองตุม อำเภอกุฉิเยว จังหวัดชัยภูมิ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชัยภูมิ มีผลิตภัณฑ์หลายประเภท ดังนี้คือ 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าทอลายขิด ผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ เป็นต้น 2) ผลิตภัณฑ์ของใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าไหม ผ้าทอ ผ้าห่ม ผ้านวม เสื่อกก เสื่อกก เป็นต้น 3) ผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น หม่าหมู หม่าเนื้อ ไส้กรอกอีสานหมู ข้าวกล้องพะวงอก



เป็นต้น 4) ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จำนวน 4 รายการ เช่น กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง น้ำมะเม่า และไวน์กระชายดำ, และเครื่องดื่มสมุนไพร เป็นต้น 5) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น สบู่สมุนไพร ยาหม่องผสมโพล เป็นต้น

ผ้าซิด เป็นงานหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์คนในชุมชนจังหวัดชัยภูมิ มีการผลิตกันเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนในหลาย ๆ กลุ่ม เป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่สร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์ผ้าซิด ในจังหวัดชัยภูมิ ได้แก่ 1) กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าซิด หมู่ที่ 9 บ้านโนนหินลาด ต.บ้านหัน อ. เกษตรสมบูรณ์ จ.ชัยภูมิ 2) กลุ่มทอผ้าซิด หมู่ที่ 5 บ้านโนนทัน ต.หนองตูม อ.ภูเขียว จ. ชัยภูมิ 3) กลุ่มทอผ้าซิด หมู่ที่ 8 บ้านประชาสามัคคี ต. หนองตูม อ. ภูเขียว จ. ชัยภูมิ และ 4) กลุ่มทอผ้าซิด หมู่ที่ 11 บ้านโนนเสลา ต. หนองตูม อ. ภูเขียว จ. ชัยภูมิ และ 5) กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ หมู่ที่ 6 บ้านโนนเสลา ต. หนองตูม อ. ภูเขียว จ. ชัยภูมิ (ชื่อหมู่บ้าน “โนนเสลา” ในตำบลนี้มี 2 หมู่ คือ หมู่ 6 และ หมู่ 11)

ผลการปฏิบัติการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้น ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นเหมาะแก่การสร้างคุณค่าและมูลค่า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าซิดทอมือ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ มีหลายกลุ่มจากหลายหมู่บ้าน โดยกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นคัดเลือกแบบเจาะจง เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ หมู่ที่ 6 บ้านโนนเสลา ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ เนื่องจากมีระบบการผลิตที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยใช้สีธรรมชาติและออกแบบลวดลายใหม่ให้ตรงกับความต้องการของตลาด มีจุดแข็งที่มีความมุ่งมั่นในการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์งานทอผ้าซิด การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ความสนใจในการสร้างสรรค์ลายผ้าใหม่ๆ การประยุกต์ลายที่ทันสมัยตามความต้องการลูกค้า และต้องการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ด้านองค์ความรู้ในกระบวนการออกแบบและผลิต ผลิตภัณฑ์อย่างเป็นและช่องทางการตลาดที่หลากหลายเหมาะสมกับยุคสมัยและความนิยมของลูกค้า จำนวนสมาชิกในกลุ่ม มีทั้งสิ้น 20 คน มีช่วงอายุ ระหว่าง 35 – 72 ปี เพศชาย 1 คน และเพศหญิง 19 คน อายุในช่วง 40-60 ปี การศึกษา ระดับประถมศึกษา ถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย ทำอาชีพเกษตรกรเป็นหลัก และการทอผ้าเป็นอาชีพเสริม โดยสมาชิก รับผิดชอบหน้าที่ต่าง ๆ ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มและเหรัญญิก ช่างทอ นักออกแบบลายผ้า ผู้จำหน่ายและ เจ้าหน้าที่การตลาด การวางแผนการผลิตจากปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าโดยตรง และการนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถานที่ และโอกาสต่าง ๆ เริ่มมีการใช้ช่องทางเฟซบุ๊ก เป็นสื่อทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่ม

2. กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา ผลการเก็บข้อมูลด้านการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา ต.หนองตูม อ.ภูเขียว จ. ชัยภูมิ สืบทอดองค์ความรู้ จากรุ่นสู่รุ่นภายในครอบครัว ทั้งวิธีการทอผ้า การออกแบบลายผ้า และการย้อมสีผ้า ถ่ายทอดในครอบครัว สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีลายผ้าหลายรูปแบบ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ลายผ้าซิดแบบดั้งเดิม ลายผ้าซิดพระราชทาน และ ลายผ้าซิดแบบใหม่ ซึ่งลายผ้าแบบใหม่ และผลิตภัณฑ์ใหม่ มักจะนำความคิดริเริ่มมาจากลูกค้า และช่างทอผ้า

ปัญหาและอุปสรรค ที่ต้องการการส่งเสริมและพัฒนา ได้แก่ 1) องค์ความรู้ด้านการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างคุณค่าและมูลค่า 2) การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้สามารถยึดอาชีพช่างทอผ้า เป็นอาชีพหลักได้ 3) การส่งเสริมด้านการวิจัยตลาด เพื่อการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า 4) การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา และ 5) ความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ด้านการสืบทอดองค์ความรู้ด้านวิธีการทอผ้า สู่เยาวชนรุ่นใหม่

จุดแข็งของกลุ่ม มีดังนี้ ได้แก่ สมาชิกในชุมชนภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมด้านการทอผ้าลายซิด มีความสนใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายซิด ลวดลายใหม่ ๆ มีฝีมือการทอผ้าซิดที่งดงาม ประณีต มีความรู้ความสามารถในการย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ มีประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

จุดที่ควรปรับปรุงของกลุ่ม มีดังนี้ ได้แก่ ต้องการสืบสานองค์ความรู้ด้านการทอผ้าลายขิด ให้กับเยาวชนรุ่นหลัง อย่างเป็นระบบและยั่งยืน ต้องการระบบบริหารจัดการงาน ด้านการผลิต การจัดจำหน่าย รวมทั้งด้านการเงิน และเงินลงทุน และต้องการเพิ่มรายได้จากการผลิตผ้าทอ ซึ่งยังไม่เพียงพอในการดำรงชีพ หากประกอบอาชีพเป็นช่างทอผ้าเป็นอาชีพหลัก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตุม อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบการมีส่วนร่วม จากการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เริ่มต้นจากการให้ความรู้เรื่องประวัติผ้าทอชัยภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และการให้ความรู้เรื่องกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้แนวคิดการออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ระบุความต้องการของลูกค้า โดยจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ แบบลายผ้า ให้เหมาะสมกับลูกค้าเพศ วัย อาชีพ ชาวไทย หรือชาวต่างชาติ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้

ขั้นที่ 2 สร้างข้อกำหนดของแบบผลิตภัณฑ์ ได้แนวคิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป สำหรับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ หรือสำหรับลักษณะการใช้สอยแบบใหม่

ขั้นที่ 3 เสนอแนวคิดการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีความเชื่อมโยงกับประเพณี วัฒนธรรม ในชุมชน ทำให้มีเนื้อหา ที่จะนำไปสื่อสารในการทำการตลาด สร้างความสนใจให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี และเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ ที่มีความเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มชุมชนผู้ผลิต

ขั้นที่ 4 เลือกแนวคิดที่ดีที่สุด จากการแลกเปลี่ยนความเห็นกันระหว่างคณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มย้อมสีธรรมชาติ ครั้งนี้ ได้แนวคิด 3 อย่างคือ

แนวคิดที่ (1) สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ จากผ้าขิดแบบดั้งเดิม เช่น ลายหัวนาคน ลายขอเจ้าฟ้า นำมาตัดเย็บเพื่อการใช้ในรูปแบบ ลักษณะ และประโยชน์ใช้สอยแบบอื่น ๆ

แนวคิดที่ (2) สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้ผ้าขิดลายแห่นาค ประดิษฐ์เป็นสินค้ารูปแบบใหม่ เช่น ยาม กระเป๋าถือ กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าสะพาย หมวก กล่องใส่กระดาษทิชชู ผ้ารองจานบนโต๊ะอาหาร ผ้ารองแก้ว

แนวคิดที่ (3) สร้างลายผ้าขิดรูปแบบใหม่ สร้างเป็น รูปพระธาตุหนองสามหมื่น ซึ่งพระธาตุหนองสามหมื่นเป็นโบราณสถานที่สำคัญของประเทศไทย ณ วัดพระธาตุหนองสามหมื่น ตั้งอยู่ หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ แล้วทำเป็นผลิตภัณฑ์ ผ้าลายพระธาตุใส่กรอบรูป สำหรับนำไปใช้เคารพบูชา

ขั้นที่ 5 ทดสอบแนวคิดและสร้างข้อกำหนดของระบบย่อย หมายถึง การนำแนวคิดการทำผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง ว่ามีความเห็นอย่างไร แล้วกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเชิงรายละเอียด

ขั้นที่ 6 สร้างต้นแบบเบื้องต้น โดยอาศัยคอมพิวเตอร์กราฟิก นำไปสร้างเป็นแบบลายผ้าของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติ ทำเป็นแบบลายผ้าลายพระธาตุขึ้น จากนั้นจะได้ทอเป็นผืนผ้า ให้สอดคล้องกับความกว้างความยาวของเครื่องทอผ้า เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ตามขนาดที่ต้องการ

ขั้นที่ 7 ทดสอบและสร้างต้นแบบรายละเอียด สามารถทำได้ 2 รูปแบบคือ การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกสร้างรูปภาพพระธาตุหนองสามหมื่นขึ้น ลงสีให้สมจริง จากนั้นเทียบสีจากด้ายย้อมสีธรรมชาติ ในโทน น้ำตาล น้ำตาลเข้ม น้ำตาลแดง น้ำตาลดำ ที่ย้อมของจริง เทียบสีให้ใกล้เคียงในโปรแกรมสร้างรูป อีกรูปแบบหนึ่งคือ สร้าง

ต้นแบบที่เป็นศิลปะการปักผ้าให้เป็นภาพ ได้แก่ ศิลปะครอสติช (Cross Stitch) พระธาตุหนองสามหมื่น โดยอาศัยแบบลายผ้าที่จะนำไปใช้จริงกับการทอผ้าซิด

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตุม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า

การสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ จากการสนทนากลุ่ม ผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการวิเคราะห์ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7 ขั้นตอน ที่ได้จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ทำให้แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้ 3 แนวคิด 1) ใช้ลายผ้าซิดแบบเดิมสำหรับประโยชน์ใช้สอยใหม่ 2) ต่อยอดลายผ้าซิดแบบแนวนาคโหด เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และ 3) สร้างลายผ้าแบบใหม่สำหรับทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่จากลายผ้าซิดแบบเดิม สามารถทำได้จากการปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยด้านอื่นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เคยผลิตอยู่เดิม เช่น (1) ยามผ้าฝ้ายทอมือสีย้อมธรรมชาติแบบสีพื้นสี หรือลายซิดแบบใหม่ เช่นลายขอเจ้าฟ้า หรือ (2) ใช้ผ้าลายซิดตลอดลายผ้าที่มีอยู่เดิม หรือใช้ผ้าลายซิดนำมาประดับตกแต่งบนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ดังรูป ที่ 1



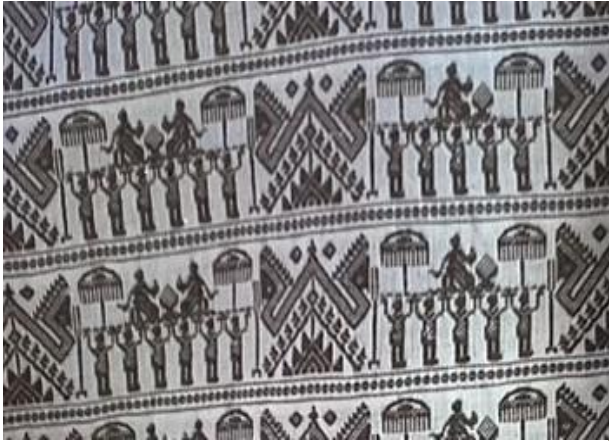
(1.1) ยามสำหรับพระสงฆ์-สามเณร หรือยามสำหรับใช้สอยทั่วไปใส่สิ่งของทำจากผ้าซิดลายขอเจ้าฟ้า หรือผ้าฝ้ายสีพื้นย้อมสีธรรมชาติ



(1.2) กระเป๋าทรงหมอนซิด จากผ้าซิดลายดั้งเดิม

ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าซิดลายดั้งเดิม

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบใหม่จากลายผ้าแบบใหม่ เช่น ผ้าซิดแห่นาคโหด สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับนาค ใช้ในงานประเพณีงานบวช-แห่นาคโหด เช่น ย่ามลายแห่นาค ผ้าคลุมศีรษะนาค ผ้าพันคอสำหรับนาค กระเป๋าหมอนขิดลายซิดแห่นาคโหด ของชำร่วยที่ระลึก ผู้มาร่วมงาน ประเพณีแห่นาคโหด ที่ทำจากผ้าซิดลายแห่นาคโหด เช่น กระเป๋าสตางค์



(2.1) ผ้าซิดลายแห่นาคที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเสลา



(2.2) ผ้าซิดลายแห่นาค ใช้เป็นผ้าคลุมศีรษะนาค



(2.3) ย่ามลายแห่นาค

ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ใหม่ จากผ้าซิดลายแห่นาคโหด เอกลักษณ์ของบ้านโนนเสลา

จากการระดมความคิด จากกิจกรรมความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ จากลายผ้าเดิม และลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนโนนเสลา คือ ผ้าซิดลายแห่นาค ที่ชุมชนได้รับจากส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เคยให้การสนับสนุนมาก่อนหน้านี้ แสดงถึงประเพณีการแห่นาคโหด ที่มีแห่งเดียวในโลก ได้แนวคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

- เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ของฝากสำหรับผู้เข้าร่วมงาน และนักท่องเที่ยว เสื้อเชิ้ต เสื้อโปโล เสื้อยืด ตัดต่อผ้าซิด เพิ่มดีไซน์ทันสมัยให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ ผ้าคาดเอว ผ้าซิ่น ใช้สำหรับการแต่งกายแบบพื้นเมือง และหมวกผ้าซิด ของที่ระลึกที่สามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

- ของใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ กระเป๋าสตางค์ ของใส่โทรศัพท์มือถือ ที่ทำจากผ้าซิดลายแห่นาคโหด เย็บประกบกับหนังหรือผ้าแคนวาส พวงกุญแจผ้าซิด ของที่ระลึกขนาดเล็กที่ขายง่าย ปกหมอน ผ้าปูโต๊ะ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบงานหัตถกรรมไทย และถุงผ้ารักษ์โลก ใช้แทนถุงพลาสติก มีคุณค่าทางวัฒนธรรม

- ของใช้เกี่ยวกับพิธีกรรมและความเชื่อ ได้แก่ ผ้าห่มพระ ผ้าห่มถวายวัด เพื่อสืบทอดประเพณี และใช้ในงานบุญ ธงประดับงานบุญ ธงทำจากผ้าขิดลายแผ่นาคโหด เพื่อใช้ตกแต่งในงานประเพณี สมุดโน้ตปกผ้าเป็นของที่ระลึกสำหรับผู้ร่วมงานบุญ

- ของตกแต่งบ้านและงานศิลปะ ได้แก่ กรอบรูปผ้าขิด ของตกแต่งบ้านแบบไทย นาฬิกาแขวนกรอบผ้าขิด เป็นสินค้าที่สามารถใช้ได้จริงและสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น โคมบายแขวนลายแผ่นาคโหด ใช้แขวนตกแต่งบ้านเพื่อความเป็นสิริมงคล

3. ออกแบบลายผ้ารูปแบบใหม่ ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชน แล้วสร้างสรรค์ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่เหมาะสม จากการทำกระบวนการกลุ่มแบบมีส่วนร่วม ผักประสบการณ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เรียก ลายผ้าแบบใหม่นี้ว่า ผ้าขิดลายพระธาตุหนองสามหมื่น ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญของอำเภอภูเขียว ทอเป็นผืนผ้าลายพระธาตุหนองสามหมื่น ใส่กรอบรูป โดยนำลายผ้าขิดไปทำเป็นภาพแขวนผนัง หรือสำหรับตั้งโต๊ะ เพื่อทำเป็นของฝากเชิงอนุรักษ์และความเป็นสิริมงคล หรือผลิตเป็นเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ได้แก่ ผ้าห่อพระคัมภีร์ สำหรับใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา, ผ้ารองกราบ ใช้เป็นที่รองกราบพระ หรือใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ, สมุดปกผ้าขิด (บันทึกธรรมะ) สำหรับจดคำสอนทางพระพุทธศาสนา, กล่องบรรจุพระเครื่อง ทำจากผ้าขิด ใช้ใส่พระเครื่องหรือวัตถุมงคล เป็นต้น



(3.1) ภาพพระธาตุหนองสามหมื่น



(3.2) ร่างแบบลายผ้ากราฟิก



(3.3) แบบลายผ้าพระธาตุหนองสามหมื่น

ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ใหม่ จากผ้าขิดลายใหม่ ลายพระธาตุหนองสามหมื่น

จากผลการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ และออกแบบลายผ้าขิดแบบใหม่ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา หมู่ที่ 6 ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบกับการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้ สมาชิกชุมชนจะได้รับความรู้ที่ถ่ายทอดจากผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมการทอผ้าของชาวชัยภูมิ ว่ามีต้นกำเนิดจากชนชาติลาว 2 กลุ่ม ได้แก่ ลาวเวียง (ชาวลาวจากเวียงจันทน์) และลาวเมือง (ชาวลาวจากเมืองหลวงพระบาง) ได้เรียนรู้ว่า การทอผ้าขิด เป็นวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ลายผ้า ที่สะท้อนถึงจินตนาการ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของช่างทอ ร้อยเรียงเรื่องราวต่าง ๆ บันทึกไว้เป็นประวัติศาสตร์ ที่น่าศึกษา ถ่ายทอดเป็นลวดลายต่างๆ บนผืนผ้าได้ประณีต สวยงาม (คมกฤษ ฤทธิ์จักร, 2567)

สมาชิกของกลุ่มจึงได้แนวคิดในการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกความภาคภูมิใจ ในภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการสร้างสรรค์งานทอผ้าลายขิด และลวดลายผ้าแบบต่าง ๆ เชื่อมโยงมาถึงคุณค่าทางจิตใจของคนในชุมชน มีแรงบันดาลใจที่จะสืบสานงานจาก



บรรพบุรุษ สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย นำเสนอสู่ลูกค้าผู้สนใจ และมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีความสุขที่ได้ทำงานนี้ มีส่วนในการอนุรักษ์และทำให้องค์กรนี้ยังคงอยู่ เกิดประโยชน์ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค นอกจากนี้จะได้เกิดแนวคิดการเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ สอดรับการแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ติ๊กต็อก อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ผ่านผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ นำเสนอเรื่องราว เนื้อหา (Content) ลงในแพลตฟอร์มต่าง ๆ จะสร้างความน่าสนใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ จะได้ร่วมกันคิด พัฒนา อัตลักษณ์ชุมชน เป็น ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าของกลุ่มได้ ซึ่งปัจจุบัน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา หมู่ 6 ใช้ชื่อผลิตภัณฑ์หลักๆ คือ “ผ้าขิดโนนเสลาย้อมสีธรรมชาติ” ซึ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ กิจกรรมของกลุ่ม ผ่อนช่องทองเฟซบุ๊ก ของประธานกลุ่ม

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลหนองตุม อำเภอยะโฮง จังหวัดชัยภูมิ มีการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งเครื่องแต่งกาย ของใช้ อาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพร โดยผลิตภัณฑ์ที่มี ศักยภาพโดดเด่นในการสร้างคุณค่าและมูลค่าคือ ผ้าขิดทอมือ ที่ได้รับการสืบทอด เป็นมรดกทางวัฒนธรรมมาแต่ ในอดีต จากผลการวิจัยในบริบทของการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน พบว่าแนวโน้มของการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ มักอาศัยปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) การรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม 2) การปรับตัวให้ เข้ากับความต้องการของตลาด และ 3) การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดและการจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ มินระดา ไชยศรีวงศ์ และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559) เรื่อง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลืบ ตำบลมะบ้า อำเภอยะโฮง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งพบว่า 1) ด้านการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลืบ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการ อนุรักษ์ลวดลายผ้าไหมโบราณ เช่น ลายสาเกต ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การที่กลุ่มสามารถคงเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ไว้ได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สามารถแข่งขันในตลาดและสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง 2) ด้านการบริหาร จัดการกลุ่มและการพัฒนาเครือข่าย การบริหารจัดการของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลืบเน้นการจัดตั้งศูนย์กลาง การผลิตเพื่อควบคุมคุณภาพ และมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกอย่างเป็นระบบ และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จของชุมชน ได้แก่ การมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง ความร่วมมือของสมาชิก การพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ความสำเร็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในชุมชนท้องถิ่น ควรมีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ เอกชน ตลอดจนการพัฒนาทักษะการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ตลาดสมัยใหม่ งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า แม้กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา จะมีศักยภาพในด้านการผลิตและการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าขิดที่เป็น เอกลักษณ์ แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดที่จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใน ระดับประเทศ

ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดำเนินการผ่าน กระบวนการออกแบบแบบมีส่วนร่วม 7 ขั้นตอน ได้แก่ ระบุความต้องการของลูกค้า กำหนดแนวคิดของแบบ ผลิตภัณฑ์ เสนอแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่า เลือกแนวคิดที่ดีที่สุดในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การทดสอบแนวคิดและสร้างข้อกำหนดของระบบย่อย สร้างต้นแบบเบื้องต้น ทดสอบและสร้างต้นแบบ รายละเอียด โดยเน้นการเชื่อมโยงเอกลักษณ์ท้องถิ่นและวัฒนธรรม เช่น ผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่จาก ผ้าขิดลายใหม่ ได้แก่ ผ้าลายพระธาตุหนองสามหมื่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาด ซึ่งกลุ่ม



วิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา หมู่ที่ 6 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของสมาชิก เพื่อการพัฒนาศักยภาพของสมาชิก และการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างนวัตกรรมใหม่ที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ลายผ้าพระธาตุหนองสามหมื่น ช่วยสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์” ซึ่งนำเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่น เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ (3M-Pluses Model) มี 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กำลังคน (Man Power) 2) การบริหารจัดการ (Management) 3) การตลาด (Marketing) 4) การมีส่วนร่วม (Participation) 5) การเรียนรู้ร่วมกัน (Learning) 6) เอกลักษณ์ (Unique) 7) มาตรฐาน (Standard) 8) การประเมินผล (Evaluation) และ 9) ความยั่งยืน (Sustainability) (กิริติญา สอนเนย และจิราพัทธ์ แก้วศรีทอง, 2565)

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย ทำให้ได้แนวคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 แนวคิด คือ

(1) แนวคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากลายผ้าแบบที่มีอยู่เดิม แต่ออกแบบสำหรับประโยชน์ใช้สอยแบบใหม่ ที่ตอบโจทย์ Pain Point ของลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ เช่น ใช้ผ้าขิดลวดลายต่าง ๆ มาประดับบนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษ สตรี ที่ไม่ใช่ผ้าทั้งผืน ใช้แบบเสื้อที่ทันสมัยมากขึ้น หรือ ทำเป็นย้อมใส่สิ่งของสำหรับพระสงฆ์ เป็นต้น

(2) แนวคิดการส่งเสริมการสร้างสร้อยลายผ้าแบบใหม่ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีการบวชนาค ที่มีประเพณีการแห่นาคโหด ที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวบ้านโนนเสลา คือประติษฐ์สินค้าต่าง ๆ ด้วยผ้าขิดลายแห่นาค ที่เป็นลายใหม่ที่เกิดขึ้นมาเมื่อปี 2559 ผลิตเป็นผ้าผืนคลุมไหล่ และย้อมเอนกประสงค์ งานวิจัยนี้ได้ส่งเสริมให้คิด พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกเช่น ผ้าคลุมศรีษะนาค ผ้าพันคอนาคของที่ระลึกงานบวชนาคบ้านโนนเสลา เช่น หมอนขิดขนาดจีวเป็นพวงกุญแจ แคร่และคานสำหรับหามนาคขนาดเล็ก เป็นต้น หรือประติษฐ์สินค้าที่ใช้งานจริง เช่น ทำเป็นหมอนขิดลายแห่นาคโหด และกระเป๋าที่มีลักษณะเป็นหมอนขิดที่ตกแต่งด้วยผ้าขิดลายแห่นาคโหด เป็นต้น

(3) แนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ คิดค้นลายผ้าแบบใหม่ ซึ่งมีเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่สำคัญ เช่น ผ้าขิดลายพระธาตุหนองสามหมื่น ทำเป็นผืนผ้าใส่กรอบรูปสำหรับการบูชา หรือเป็นผืนผ้าสำหรับห่อคัมภีร์ไบเบิล แนวคิดทั้งสามแนวคิดการสร้างสร้อยผลิตภัณฑ์ใหม่ดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Fuller, 1994) ดังนี้ คือ 1) ผลิตภัณฑ์จากการขยายสายการผลิตเดิม 2) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม 3) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมในรูปแบบใหม่ 4) ผลิตภัณฑ์ใหม่จากการปรับปรุงสูตรเดิม 5) ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ใหม่ 6) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม และ 7) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์

ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 จากผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ระหว่างคณะผู้วิจัยกับกลุ่มชุมชนเป้าหมายที่ศึกษา ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้วิธีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เหมาะสมกับกลุ่มชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายขิด สร้างเป็นรูปแบบ เป็นลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การประเมินศักยภาพของกลุ่ม จุดเด่น-จุดด้อย-โอกาส-อุปสรรค (Strength-Weakness-Opportunity-Threat) และปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า (Customer's Pain Point)
2. เข้าใจปัญหา กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนว่าจะผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบใด ทำไม่ถึงผลิตสินค้านี้ เพื่อใคร ตอบสนองความต้องการด้านใด (Identified Problem and Specify Target)

3. วางแผนการทำงาน ในการคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ อย่างเหมาะสม ด้วยแนวคิดความภาคภูมิใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ด้วยมุ่งหวังในการสร้างผลผลิต (Output) ตรงตามเป้าหมายที่ต้องการ
4. ดำเนินการทำงานในทุกขั้นตอนด้วยความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ต่อตนเอง และต่อเพื่อนร่วมงาน ด้วยความมุ่งมั่น
5. เอาใจใส่ในการดำเนินการผลิต ด้วยความรอบคอบ
6. ประเมินผล พิจารณา ผลผลิตที่ได้ ถ้าไม่ตรงตามข้อกำหนดไว้ (Product specification) ต้องระดมความคิดเพื่อการแก้ไข ปรับปรุง

จากกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ 6 ขั้นตอน ที่เรียบเรียงจากการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ดังกล่าวข้างต้นนี้ สามารถแจกแจงให้เห็นว่า มีการผสมผสานระหว่างหลักอิทธิบาท 4 ได้แก่ ฉันทะ (ความพอใจ) วิริยะ (ความเพียร) จิตตะ (ความตั้งใจ) วิมังสา (ความไตร่ตรอง) (พระพรหมคุณาภรณ์, 2551) และ มีระบบบริหารงานคุณภาพแบบวงจรเดมมิง (PDCA) ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติงาน การตรวจสอบ การแก้ไข เมื่อการทำงานใดประกอบด้วย อิทธิบาท 4 แล้ว ย่อมส่งผลให้ประสบความสำเร็จได้ เรียกว่าเป็นบันไดแห่งความสำเร็จ ซึ่งต้องเริ่มต้นด้วยความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น มีใจรักทุ่มเท ซึ่งเราจะรักในสิ่งที่เราทำได้นั้น จะต้องคิดทบทวนว่า สิ่งนั้นกับชีวิตเรามีความเกี่ยวข้องกัน และมีความจำเป็นอย่างไร (พระเทพวิสุทธิเมธี (ปัญญานันทภิกขุ), 2535) ยกตัวอย่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ มีความเกี่ยวข้อง ความสำคัญ ความจำเป็น กับชีวิต ต่อหน้าที่การงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอย่างไร เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ประกอบกับการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จะทำให้ลูกค้ามีความพอใจในสินค้า ผู้ผลิตเองจะมีความภูมิใจในตนเอง ที่มีส่วนสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมนี้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความรักในการทำงาน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้ช่างทอผ้า มีความพากเพียร ในการทอผ้า มีความใส่ใจในรายละเอียด ทำให้ผ้าทอมีความสวยงาม เมื่อชิ้นงานสำเร็จแล้ว นำมาตรวจสอบคุณภาพอีกครั้ง (Quality Control) ปรับปรุงแก้ไข ทั้งหมดนี้ คือ การทำงานที่ประกอบด้วยอิทธิบาท 4 ธรรมะแห่งความสำเร็จ

กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโนนเสลา มีจุดเด่นเรื่องการย้อมสีธรรมชาติ มีการออกแบบลายแบบใหม่ ซึ่งเป็นการส่งเสริมในการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองด้วยอัตลักษณ์ชาวผู้ไท บ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลงานวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบใหม่จากผ้าทอพื้นเมืองด้วยสีธรรมชาติ เป็นผลิตภัณฑ์แฮนด์เมด มีการออกแบบลายปักมือลงบนผลิตภัณฑ์โดยใช้ด้ายปักที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ลวดลายที่ปักออกแบบเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชาวผู้ไทบ้านกุดหว้า และมีการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์และลวดลายของกลุ่ม เพื่อการจดจำ และนำไปสู่การจดอนุสิทธิบัตรของตราสินค้า ภายใต้แบรนด์สินค้าใหม่ชื่อ Goodwaa เพื่อการใช้ในเชิงพาณิชย์ (นฤชิต แสนปากดี และคณะ, 2565)

การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าขิดนี้ส่งผลต่อสำนึกรักชุมชน และความรักในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ สอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง” ซึ่งพบว่า การพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวก่อเกิดคุณค่าความรัก ความสามัคคีทางจิตใจ เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ข้าว ด้วยการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวให้มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (อนงค์ นานา แก้วไพฑูรย์, 2563)



องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย

กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีแนวคิดในการส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมนี้ พบว่า ได้อาศัยการบูรณาการศาสตร์สมัยใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผลงานวิจัยของ Fuller (1994) ประกอบกับหลักการบริหารคุณภาพแบบวงจรเดมมิง และ อิทธิบาท 4 หลักพุทธธรรมเพื่อความสำเร็จในการทำงาน ตามหลักคิดดังนี้

อิทธิบาท 4 เป็นธรรมะแห่งความสำเร็จ มีการประยุกต์ใช้ในการทำงาน ด้านบริหารงานบุคคล เพื่อให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนางาน เกิดความพอใจในการทำงาน (ฉันทะ) ส่งเสริมการพัฒนาความชำนาญงานอย่างมุ่งมั่น (วิริยะ) ส่งเสริมการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ (จิตตะ) และมีการประเมินผลการทำงานอย่างเหมาะสม (วิมังสา) ความสอดคล้องของหลักอิทธิบาทสี่ และหลักการบริหารงานคุณภาพ PDCA มีความสัมพันธ์ คือ ฉันทะกับการวางแผน (PLAN), วิริยะกับการปฏิบัติตามแผน (DO), จิตตะกับการตรวจสอบ (CHECK), และวิมังสากับการปรับปรุงแก้ไข (ACT) (พระอุทัย จารธมโม, 2566) ซึ่ง วงจรเดมมิง (Deming Cycle) หรือ วงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการคุณภาพ เพื่อช่วยปรับปรุงกระบวนการทำงาน ใช้ค้นหาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการทำงาน (สุนน อมรวิวัฒน์ และคณะ, 2544) เป็นเครื่องมือที่สำคัญ ที่ใช้ในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) นำมาใช้ในการจัดการความเสี่ยงในการผลิตสินค้า เช่นการเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน กรณีเกิดภัยพิบัติ (Okada, 2004) เป็นต้น อีกทั้ง PDCA ยังเป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในธุรกิจและองค์กรตามที่มีใช้งานในอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล และใช้กระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงในกระบวนการและคุณภาพขององค์กร ได้อีกด้วย (Patel and Deshpande, 2017)

จากผลการวิจัยนี้ สังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยหลักพุทธธรรม ได้แก่ หลักอิทธิบาท 4 ร่วมกับหลักการบริหารจัดการงานตามวงจรเดมมิง (Deming Cycle) และประเมินผลว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้นั้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าและในด้านการใช้สอยและการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าได้หรือไม่ หากยังไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ จะเข้าสู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาใหม่อีกครั้ง จนกระทั่งบรรลุวัตถุประสงค์ รูปแบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถนำเสนอได้ตามแผนภาพนี้



ภาพที่ 4 กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

รูปแบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ พบว่ามีหลักอิทธิบาท 4 เป็นโครงสร้างหลัก และเสริมด้วยระบบคุณภาพวงจรเดมมิง สอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเน้นการใช้หลักอิทธิบาท 4 (พระมหาณรงค์ศักดิ์ สุทนโต (สุทนต) และคณะ, 2567) พบว่า เป็นการนำไปสู่ผลสำเร็จในชีวิตและการงานที่สอดคล้องกับ แนวทางการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การสร้างความภาคภูมิใจ และเกียรติภูมิแก่คนไทยในอดีตที่มีความสามารถ และได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ การใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างชาติให้เป็นปึกแผ่น การสร้างความสมดุระหว่างคนในสังคมและ ธรรมชาติ การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนไทยให้เหมาะสมกับยุคสมัย และการปรับประยุกต์หลักธรรมคำสอนทางศาสนาให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตไทย

จากรูปแบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ จะเห็นได้ว่า การสร้างฉันทะ ความพอใจ ความภาคภูมิใจในการทำงาน เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของคนในชุมชน การนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจนี้ ที่มาที่ไปในการออกแบบลายผ้า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหา สาระ ส่งผ่าน การสร้างคุณค่าทางจิตใจ คนในชุมชน ผู้เป็นผู้ผลิต สู้มือ สู้ใจ ของผู้บริโภค อันเป็นกระบวนการในการส่งเสริมมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยความที่เป็นสินค้าหัตถกรรม ที่แสดงถึงความเจริญทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ศาสนา สู่ความเจริญทางจิตใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) องค์กรชุมชนควรปรับปรุงนโยบายและแผนยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เป็นรูปธรรม
- 2) ส่งเสริมให้สมาชิกชุมชนทุกวัยมีส่วนร่วมในงานของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแบ่งหน้าที่ตามความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์
- 3) ส่งเสริมการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น โดยความร่วมมือระหว่างชุมชนผู้ผลิตผ้าทอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด โรงเรียนในตำบลหนองตม และองค์การบริหารส่วนตำบลหนองตม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 1) กลุ่มชุมชนผู้ประกอบการในตำบลหนองตม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ควรได้รับความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงอัตลักษณ์และภูมิปัญญาชุมชนอย่างชัดเจน การพัฒนาเหล่านี้ต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด กรมพัฒนาชุมชน วัด โรงเรียน วิทยาลัย สถาบัน และมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความร่วมมือในการทำงาน
- 2) กลุ่มชุมชนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ในตำบลหนองตม ควรนำรูปแบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยไปปฏิบัติ ร่วมกับกลุ่มชุมชนอื่นๆในตำบลเดียวกัน สรุปข้อมูลให้ง่ายต่อการนำไปใช้ และจัดทำชุดองค์ความรู้ “รูปแบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์”

เอกสารอ้างอิง

- กิริติญา สอนเนย และ จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง. (2566). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์. *วารสารศิลปการจัดการ*, 7(1), 141–158.
- เกศสุตา โภคานิตย์ และคณะ. (2564). การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยสัญญาประชาคม: ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมประเพณีแห่นาคโหดชุมชนโนนเสลา ตำบลหนองตม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ. *Journal of Modern Learning Development*, 6(2), 278–287.



- ซัชจิริยา ไบลี. (2564). สถานการณ์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นบ้านในจังหวัดเลย. *วารสารราชพฤกษ์*, 5(3), 88–96.
- ชูศักดิ์ ยาทองไชย และ วิไลรัตน์ ยาทองไชย. (2565). การพัฒนาโปรแกรมออกแบบลายผ้าเพื่อการสร้างสรรคและสืบสานภูมิปัญญาผ้าไทย. *วารสารหน่วยวิจัยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้*, 13(2), 198–213.
- จิตรดา เปรมปรี. (2562). ชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวด้วยทุนทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาประเพณีแห่นาคโหด บ้านโนนเสลา ตำบลหนองตูม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ. *กระแสวิวัฒธรรม*, 20(38), 40–52.
- นฤชิต แสนปากดี และคณะ. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองด้วยอัตลักษณ์ชาวผู้ไท บ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 12(1), 38–43.
- ปิยะวรรณ ปานโต. (2566). การส่งเสริมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายและผ้าไหมหมักโคลนสู่นานาชาติ. *วิจัยปริทรรศน์*, 37, 1–24.
- ปิลันลน์ ปุณญประภา และคณะ. (2561). ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาต่อภูมิปัญญาและการสืบทอดผ้าทอไทยพวนบ้านใหม่ จังหวัดนครนายก. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(1), 158–168.
- พิพัฒน์ กระแจะจันทร์. (2559). โบราณคดีและชาติพันธุ์ในเขตหมู่บ้านชาวญ้อที่ อ.เทพสถิต จ.ชัยภูมิ. *ดำรงวิชาการ*, 15(1), 12–39.
- พระมหาณรงค์ศักดิ์ สุทนต์ (สุทนต์) และคณะ. (2567). การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามหลักอริยบท 4. *วารสารวิชาการแห่งอนาคต*, 4(1), 1–13.
- พระอุทัย จารูมโม (แก่นจำปา) และคณะ. (2566). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการบริหารงานตามหลักอริยบทสี่ขององค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 13(1), 42–51.
- ลักขณา สุกใส และคณะ. (2564). การพัฒนาศักยภาพชุมชนยังยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง”. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(7), 382–398.
- สุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี และคณะ. (2562). การบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 6(3), 1232–1248.
- อนงค์นาฏ แก้วโพธิ์, ศศิกิจจ์ อ่ำจ้อย และ ปัญญา พรหมบุตร. (2563). กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง. *วารสารปัญญาภิธาน*, 5(1), 159–173.
- อรอุษา บัวบาน และ บุหงา ชัยสุวรรณ. (2565). กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่แต่งกายด้วยผ้าไทยทอมือบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก. *Journal of Modern Learning Development*, 7(11), 1–19.
- Fuller, G. W. (1994). *New product development from concept to marketplace*. Baton Rouge: CRC Press.
- Okada, N., et al. (2004). Integrated research on methodological development of urban diagnosis for disaster risk and its applications. *Annals of Disas. Prev. Res. Inst., Kyoto University*, 47(C). <https://orcid.org/0000-0001-7209-4358>
- Patel, P. M., & Deshpande, V. A. (2017). Application of Plan-Do-Check-Act cycle for quality and productivity improvement - A review. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology*, 5(1), 197–201.