

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา

ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา¹, บารมี วรรณพงศ์เจริญ², พิชญา วรรณพงศ์เจริญ³, จอมภัก จันทะคัด⁴

บทคัดย่อ

การทอผ้าเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความชำนาญและความประณีต ผู้ผลิตยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยังคงผลิตในรูปแบบเดิม การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และลงมือปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ บ้านหนองเดิ่น เจ้าหน้าที่พัฒนาการตำบลกระทุ่มราย ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลกระทุ่มราย และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าในท้องถิ่น จำนวน 18 ราย เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจงและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย TOWS Matrix เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาที่มีความสอดคล้องกับสภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ทอผ้าและชุมชน ผลการศึกษาได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาลวดลายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด โดยนำลักษณะและรูปร่างของดอกกระทุ่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นลวดลายผ้ามัดหมี่ สำหรับการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอได้ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 1) หมวก Bucket 2) กระเป๋า Tote Bag พร้อมกระเป๋าลือ Clutch Bag 3) พวงกุญแจ และ 4) หมอนอิงผ้ามัดหมี่ ซึ่งสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนให้เกิดขึ้นในชุมชน เกิดการพึ่งพาตนเองได้ รวมถึงการเกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์; ผ้าทอพื้นถิ่น; การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: บารมี วรรณพงศ์เจริญ

E-mail: baramee_wan@vu.ac.th

(Received: May 28, 2024; Revised: October 21, 2024; Accepted: November 14, 2024)

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล E-mail: pamorn_sak@vu.ac.th

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล E-mail: baramee_wan@vu.ac.th

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา E-mail: phitchaya.w@nrru.ac.th

⁴ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล E-mail: chomphak_jan@vu.ac.th

Developing Local Woven Fabric Products to Increase Economic Value: The Mudmee Weaving Group in Prathay District, Nakhon Ratchasima Province

Pamorn Sakullertwattana¹, Baramee Wannaphongcharoen², Phitchaya Wannaphongcharoen³,
Chomphak Jantakat⁴

Abstract

Weaving is a skilled craft that requires expertise and precision. However, producers lack continuous development, leading them to maintain traditional production methods. This study aimed to synthesize development approaches and develop local woven fabric products for the Mudmee Yarn Weaving Group in Prathay District, Nakhon Ratchasima Province. The research employed participatory action research through workshops where target groups participated in sharing opinions and practicing product development, alongside qualitative research methods for data collection. The 18 key informants included members of the Nong Doen Mudmee Yarn Weaving Group, development officers of Krathum Rai Sub-district, the Deputy Clerk of Krathum Rai Sub-district Administrative Organization, and local fabric shop entrepreneurs. Purposive sampling was used, followed by SWOT analysis and TOWS matrix synthesis to formulate development approaches aligned with the operational conditions of the weaving group and community. The study yielded two development approaches: (1) developing distinctive local patterns and (2) developing new products that differ from those in the market. The unique characteristics and form of the Kra Thum flower, a community symbol, were incorporated into Mudmee fabric pattern designs. The development of processed products from woven fabrics resulted in (1) bucket hats, (2) tote bags with clutch bags, (3) keychains, and (4) Mudmee fabric throw pillows. These products can generate circulating income within the community, foster self-reliance, and promote inter-agency collaboration leading to sustainable development.

Keywords: Product Development; Local Woven Fabric; Increase Economic Value

Corresponding Author: Baramee Wannaphongcharoen

E-mail: baramee_wan@vu.ac.th

¹ Lecturer in Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University E-mail: pamorn_sak@vu.ac.th

² Lecturer in Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University E-mail: baramee_wan@vu.ac.th

³ Lecturer in Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University E-mail: phitchaya.w@nrru.ac.th

⁴ Dr. in Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University E-mail: chomphak_jan@vu.ac.th

1. บทนำ

ผ้าทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน แต่ละท้องถิ่นจะมีรูปแบบ ลวดลาย วัสดุที่ใช้ และเอกลักษณ์แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม สภาพภูมิศาสตร์ และวิถีชีวิต การทอผ้าในหลายแห่งหลายพื้นที่ยังคงลวดลายดั้งเดิมเอาไว้ โดยเฉพาะชุมชนบางกลุ่มยังคงเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มหรือท้องถิ่นเอาไว้จนถึงปัจจุบัน (Chaipattanamatee, 2013) ซึ่งการทอผ้าจัดเป็นงานฝีมือที่ต้องอาศัยความชำนาญความประณีตในกระบวนการต่างๆ ซึ่งกลายเป็นข้อจำกัดของสินค้าหัตถกรรมสิ่งทอพื้นบ้านที่การผลิตจำกัดอยู่ในระดับวิสาหกิจชุมชนสามารถผลิตได้จำนวนน้อย ผู้ผลิตในส่วนต้นน้ำและปลายน้ำขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสม ทำให้ยังคงผลิตในรูปแบบเดิม ขาดการพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่นแตกต่างกัน (Thailand Textile Institute, 2016) ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ผ้าประสบปัญหาสำคัญคือ 1) ปัญหาด้านวัตถุดิบ 2) ปัญหาด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 3) ปัญหาการออกแบบและพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ 4) ปัญหาการบริหารจัดการและการตลาด 5) ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา 6) ปัญหาองค์ความรู้และนวัตกรรม และ 7) ปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยีการฝึกอบรม (Wannapas, 2008) ดังนั้น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าผืนและผลิตภัณฑ์อื่นๆ จึงต้องคำนึงถึงหลักการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อลดปัญหาของผลิตภัณฑ์จากผลการวิจัยของ Hintoe et al. (2019) พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หัวใจแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ ที่ต้องอาศัยวิทยาการที่ก้าวหน้า กรรมวิธีการผลิต การเลือกใช้วัสดุและหลักในการออกแบบ เข้าใจการวิเคราะห์ปัญหา การคิดออกแบบสร้างสรรค์และการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยมีหลักการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยลักษณะความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม โดยใช้แนวความคิดมาจากแบบเดิมแล้วนำมาพัฒนาให้เข้ากับบทบาทของสังคมยุคใหม่และคำนึงในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยใช้หลักการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) หน้าที่ของการนำไปใช้ (Function) 2) การประหยัด (Economy) 3) ความทนทาน (Durability) 4) วัสดุ (Material) 5) โครงสร้าง (Construction) 6) ความสวยงาม (Beauty) และ 7) ลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะอย่าง (Personality) (Janpla et al., 2016) นอกจากการใช้หลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทออาจใช้นวัตกรรมการผลิตที่สามารถผลิตได้จำนวนมาก รวดเร็ว ราคาไม่สูง ทำให้มีผลต่อราคาโดยรวมของผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มลักษณะพิเศษให้กับวัสดุที่มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้น เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยให้เหมาะสมกับภาวะปัจจุบัน สามารถนำไปใช้กับกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างได้มากขึ้น เป็นการพัฒนางานด้านผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่น่าคุณค่าความงามจากภูมิปัญญาพื้นถิ่นมาประยุกต์ให้มีความสะดวกในการใช้งานได้จริงในปัจจุบัน (Burapajatana, 2016)

สำหรับจังหวัดนครราชสีมาผ้าทอถือได้ว่าเป็นผลผลิตที่มีชื่อเสียง ดังปรากฏในคำขวัญของจังหวัด “เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน” เนื่องจากการทอผ้าเป็นอาชีพหนึ่งที่ชาวนครราชสีมาสืบทอดและพัฒนาต่อมาจากรุ่นปู่ย่าตายาย โดยจะทอผ้าเป็นอาชีพเสริมหลังว่างเว้นจากการทำนา ผ้าทอโคราชมีหลายประเภท เช่น ผ้าพื้น ผ้าห่ม ผ้าซิตาลา (Sanguonsaksorn, 2021) ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ในหมวดผ้าทอที่ขึ้นทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดนครราชสีมามากกว่า 100 ชนิด กระจายอยู่ในพื้นที่หลายอำเภอ

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นและมีผ้าทอแปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ (Provincial Community Development Office of Nakhon Ratchasima, 2021) โดยอำเภอประทาย เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีกลุ่มผู้ทอผ้าและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผ้าทอที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผ้าฝ้ายมัดหมี่ และผ้าขึ้นดินแดง (Provincial Community Development Office of Prathay District, 2021) โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นในอำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างรายได้ให้ทางกลุ่ม คือผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 80 ของยอดจำหน่ายทั้งหมด ในส่วนของผลิตภัณฑ์แปรรูปคิดเป็นร้อยละ 20 ของยอดจำหน่าย โดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผ้าคลุมไหล่ ผ้าถุง เป็นต้น ประเด็นปัญหาสำคัญที่เป็นข้อจำกัดในการดำเนินงาน คือ 1) รูปแบบการดำเนินงานของผู้ผลิตผ้าทอนั้นมีความคล้ายคลึงกัน คือมีการดำเนินงานทั้งในรูปแบบกลุ่มและการแยกทำภายในครัวเรือน 2) ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบจำกัด ส่วนใหญ่เป็นผ้าฝ้ายและหัวหมี่ 3) การจัดจำหน่ายพึ่งพาการออกร้านจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่เป็นหลัก ไม่มีหน้าร้านของตนเองที่ชัดเจน 4) ผู้ทอผ้าในพื้นที่ประสบปัญหา การขาดองค์ความรู้ นวัตกรรมและแนวทางการเพิ่มมูลค่า รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยตามความต้องการของตลาดได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นในอำเภอประทายนั้นมีคุณภาพและความโดดเด่นสามารถพัฒนาต่อยอดเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ได้

จากสถานการณ์และปัญหาที่พบ คณะผู้วิจัยจึงเลือกแก้ไขปัญหาในประเด็นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบจำกัดที่มีสาเหตุมาจากการขาดองค์ความรู้ และแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ด้วยการศึกษานโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น โดยใช้การบูรณาการระหว่างศาสตร์ ประกอบกับการอาศัยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาให้เกิดแนวทางการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ผลจากการศึกษารังนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาใช้กำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครราชสีมาได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา
- 2.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา

3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

3.1.1 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

การสร้างมูลค่าเพิ่มในมุมมองด้านการตลาด คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค โดยมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ (Nilson, 1992) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการเสริมสิ่งใหม่ๆ ให้แก่ผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้องและเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (de Chematony et al., 1998) จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างสิ่งที

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการสร้างคุณค่าสำหรับผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถทำได้โดย 1) การเพิ่มคุณค่าจากความต้องการของผู้บริโภค โดยการค้นหาสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อให้สามารถพัฒนาได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 2) การพิจารณาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหาแนวคิดผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าที่แตกต่าง 3) การพิจารณาวัตถุดิบที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่นและมีคุณค่า 4) การพิจารณากระบวนการผลิตที่สามารถปรับปรุงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น 5) การพิจารณาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านความสะดวก การรักษาคูณภาพผลิตภัณฑ์หรือความสวยงาม 6) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากบริการ เช่น การบริการจัดส่ง การให้บริการข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับประกันสินค้า เป็นต้น 7) การสร้างแบรนด์ เป็นการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการสื่อสารเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ (Petpaow, 2014) สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโอท็อป ควรเริ่มต้นมาจากการนำความคิดสร้างสรรค์ดั้งเดิมและพื้นฐานของทักษะที่อยู่บนทรัพย์สินทางวัฒนธรรมมาผสมกับความรู้ การคิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเชื่อมโยงเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องการสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าโอท็อปจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การแปรรูปวัตถุดิบจนกระทั่งกลายเป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งกิจกรรมต้นน้ำประกอบด้วย การขนส่ง แจกจ่าย จัดเก็บ บริหารคลังสินค้า จัดการวัตถุดิบ การแปรรูป บรรจุหีบห่อดูแลเครื่องจักร การทดลอง และกิจกรรมกลางน้ำประกอบด้วย การจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่แล้วเสร็จไปยังผู้บริโภค ส่วนกิจกรรมปลายน้ำประกอบด้วย การขาย การส่งเสริมการตลาด จัดจำหน่าย ทีมขาย ช่องทาง กำหนดราคา บริการ เพิ่มคุณค่าหรือบำรุงรักษาสินค้าและบริการหลังการขาย (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2014)

3.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) เป็นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแนวคิดในการปรับปรุง เพิ่มเติมสิ่งใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์เดิมด้วยคุณลักษณะที่สามารถจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและนำเสนอสู่ตลาดเพื่อสร้างยอดขายให้แก่องค์กร (Krishnan & Ulrich, 2001; Cooper, 2016) การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีเป้าหมายสำคัญ คือ ต้องการให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถสร้างผลกำไร และส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Fuller, 1994) ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) จึงหมายถึงกระบวนการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดได้ดียิ่งขึ้น โดยประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การค้นหาแนวคิด การวิจัย การออกแบบ การสร้างต้นแบบ การทดสอบ และการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

โดย Marquis and Deeb (2018) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การกำหนดขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงรายละเอียดของขั้นตอนที่เชื่อมโยงกัน ตั้งแต่การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์จนกระทั่งกำหนดเป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ระยะที่ 2 การพิสูจน์แนวคิดผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนาด้านแบบ ประเมินการต้นทุน การวิเคราะห์ด้านตลาด และการประเมินประสิทธิภาพ ระยะที่ 3

การออกแบบก่อนผลิตจริง ซึ่งเป็นการขยายการประมาณการต้นทุนหากทำการผลิตจริง และการปรับเปลี่ยนหรือออกแบบ จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบในระยะที่ 2 เพื่อนำไปสู่อุปกรณ์ที่ประสบความสำเร็จซึ่งสามารถสร้างผลกำไรได้ Ulrich and Eppinger (2016) ได้ระบุว่ากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นครอบคลุมขั้นตอนสำคัญดังนี้ 1) การระบุโอกาสและการวิจัยตลาด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับโอกาสและความต้องการของลูกค้าที่ระบุไว้ 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ พัฒนารายละเอียดข้อกำหนด สร้างต้นแบบ และปรับปรุงการออกแบบ 4) การทดสอบผลิตภัณฑ์ ดำเนินการทดสอบประเภทต่างๆ เช่น การทดสอบการทำงาน ความสามารถในการใช้งานและความปลอดภัย 5) การผลิต จัดตั้งกระบวนการผลิตเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 6) การเปิดตัวและการนำออกสู่ตลาด 7) การติดตามและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รวบรวมข้อคิดเห็นจากลูกค้าและตลาด และระบุโอกาสสำหรับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องหรือผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการในการนำแนวคิดใหม่ และเปลี่ยนแนวคิดนั้นให้เป็นผลิตภัณฑ์จริงที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการแบบสหสาขาวิชาชีพที่มีหลายขั้นตอน ตั้งแต่ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการปรับแต่งผลิตภัณฑ์จนเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่พร้อมออกสู่ตลาด โดยองค์กรต้องพยายามกำหนดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด (Relvas & Ramos, 2020; Youssef & Webster, 2022)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นเป็นกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน โดยที่การกำหนดกลยุทธ์นั้นเกี่ยวข้องกับทฤษฎี SWOT ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกกลายเป็นขั้นตอนเริ่มต้นในการดำเนินกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจให้บรรลุความสำเร็จ การใช้ทฤษฎี SWOT ที่มีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาขององค์กร โดยช่วยให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่องค์กรต้องเผชิญ ในการรักษาความอยู่รอดและความต่อเนื่องขององค์กร (Susanto & Meiryani, 2019) หากองค์กรต้องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดจำเป็นต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขันหลักอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT ช่วยให้องค์กรมีข้อมูลอ้างอิงสำหรับการปรับทรัพยากรและตำแหน่งทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน (Weng & Liu, 2018) ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ การมีแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในปฏิบัติงาน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ วัฒนธรรม ความเป็นผู้นำ และระบบการจัดการ (Cooper, 2019)

3.1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปัจจัยความสำเร็จ พบการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การศึกษาและพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ OTOP หมู่ฝอยกรอบโกเนียร์ ตำบลหนองกระโดน อำเภอมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ของ Daruang (2017) ที่ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจด้วยแบบจำลอง PEST Analysis, SWOT Analysis, Nice Cell Matrix จากนั้นดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix ผลการจัดทำกลยุทธ์การแข่งขันผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ คือ 1) เข้าร่วมกิจกรรมแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง 2) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว ร้านของฝาก และ e-commerce 3) แสวงหาเครือข่ายธุรกิจทั้งในและต่างประเทศเพื่อการร่วมดำเนินธุรกิจ 4) สร้างเครือข่ายกับสถานศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐ เพื่อการพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการและแผนการตลาด 5) พัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้าและ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

บรรจุภัณฑ์ 6) ศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค 7) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และ 8) พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต โดยความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ

การศึกษาศักยภาพเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนและเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนรุ่งมณีพัฒนา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ของ Manirochana et al. (2020) ที่ใช้เทคนิค SWOT Analysis และกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย TOWS Matrix เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการและผู้ผลิตให้มีความรู้เรื่องการทำบัญชี การคำนวณต้นทุนและวิธีการลดต้นทุนในการผลิตสินค้า 2) ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยจัดทำคลังรูปแบบสินค้า ลักษณะของสินค้า ลวดลายสินค้า และวิธีการการจับคู่วัตถุดิบ สีรูปทรง ลวดลายของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท/ชนิดของชุมชนเพื่อให้ผู้ผลิตสินค้านำไปใช้ได้ทันที 3) พัฒนาความรู้และทักษะความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการ 4) สร้างสรรค์สินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะสร้างความแตกต่าง ความหลากหลาย 5) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์และการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ และ 6) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนยื่นขอการรับรองมาตรฐานสินค้า

แนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอรั่มไทรของ Rattanaphan (2020) พบว่า แนวทางการพัฒนาการตลาดควรกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายและผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอในรูปแบบที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก รูปแบบเสื้อผ้าที่มีลวดลายการ์ตูน สีสดใส กลุ่มเป้าหมายวัยทำงานเน้นรูปแบบชุดเดรส ชุดทำงานที่มีดีไซน์ที่ทันสมัย เป็นต้น

การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบของกลุ่มสิ่งทอพื้นเมืองภายในจังหวัดเพชรบุรี คือ ปัญหาของการไม่มีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างไปจากเดิม ยังคงรูปลักษณะหรือผลิตภัณฑ์แบบเดิมตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ทำให้ไม่เกิดความแตกต่างและดึงดูดผู้บริโภคให้กลับมาซื้อซ้ำ และปัญหาทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายประสบปัญหาการไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ดังนั้น ควรที่จะใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการเจาะตลาดผู้บริโภคด้วยการต่อยอดผลิตภัณฑ์โดยการผลิตสินค้ารูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและหาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตนเองอย่างต่อเนื่อง (Yooyam, 2019)

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจผ้าทอนั้นมีผลการศึกษาก่อนหน้าของ Petmee et al. (2019) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจผ้าทอขนาดเล็กและขนาดกลางภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการผ้าทอมีคุณลักษณะที่มีใจรักและความมุ่งมั่นในการทอผ้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถเฉพาะในอาชีพของตน ด้านปัจจัยการดำเนินกิจการ ธุรกิจควรมีเครือข่ายด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนผ้าทอ และเครือข่ายด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีการติดตามสถานการณ์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สังคมวัฒนธรรม นโยบายรัฐบาล เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ในด้านนโยบายของรัฐบาล จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจกรณีสึกษาผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่หมู่บ้านหัวสะพาน ตำบลบ้านยาง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การที่หน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมโดยการจัดโครงการต่างๆ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าไหม การใช้สีธรรมชาติในการผลิตผ้าไหม กระบวนการผลิตผ้าไหม การเรียนรู้ถ่ายทอดโดยเฉพาะในกระบวนการผลิต มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน นอกจากนั้นแล้วต้องสร้างจุดเด่น ได้แก่ การผลิตผ้าที่มีการดูแลรักษาอย่างดีเยี่ยม

อีกทั้งลวดลายผ้ายังมีความทันสมัยทำให้เกิดความนิยมในการสวมใส่ได้ทุกเพศทุกวัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ผลิตผ้าไหม ทำให้ผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่มีความรู้ การผลิตผ้าไหมได้คุณภาพ ทำให้ผ้าไหมได้รับการยอมรับทั้งจากลูกค้าทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ (Pudsadee & Phonginwong, 2016)

2) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ พบการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การศึกษาของ Pantung (2019) ที่ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านภูทอง จังหวัดสุโขทัยด้วยแนวทางการพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบ ผลการศึกษาได้นำรูปแบบสิ่งที่พบเห็นในท้องถิ่นและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลาย จำนวน 3 ลวดลาย ได้แก่ ลายเห็ดโคน ลายต้นสักอายุ 700 ปี และลายค้างคาว

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอในกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านกุดตุ้ม จังหวัดหนองบัวลำภู ของ Sanjaroensuk and Phonngam (2017) ที่ศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง พบว่าชุมชนมีความต้องการลายผ้าที่มีเอกลักษณ์ของกลุ่มและชุมชน ผลการพัฒนาได้ลวดลายกุ้งก้องบังไฟแสน ซึ่งมาจากเอกลักษณ์ของชุมชน

การศึกษาของ Soodsung and Kaewsrihong (2023) ได้ทำการออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าไหมมัดหมี่บ้านลานไผ่ จังหวัดกำแพงเพชร ได้ลายแม่แบบ จำนวน 6 ลายประกอบด้วย ลายกระต่าย ลายใบไม้ ลายปลาตะเพก ลายดอกพิกุล ลายวัดไตรภูมิ และลายเห็ดโคน และได้เสนอแนะว่าควรประยุกต์ลวดลายดั้งเดิมกับลวดลายใหม่ในการออกแบบ และควรศึกษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือชุมชน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบพัฒนาลวดลาย รวมถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายและทันสมัย เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคในการเลือกซื้อ

สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์มีการศึกษาของ Hintoe et al. (2019) ทำการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอบ้านม่วงหอม จังหวัดพิษณุโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท 9 รูปแบบ ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ กล่องกระดาดขีซุ และสายรัด โดยมีแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบในลักษณะของสมัยปัจจุบัน ดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายขีดของกลุ่มแม่บ้านทอหมอนขีด บ้านโคกเจริญ จังหวัดยโสธร ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายขีดของกลุ่มแม่บ้านทอหมอนขีดบ้านโคกเจริญ จังหวัดยโสธร และทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายขีดและประเมินความพึงใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายขีด ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายขีดพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายขีดมีไม่มาก ไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย คล้ายคลึงกับกลุ่มอื่นๆ ใช้สอยได้น้อย ดูแลกรักษายาก และราคาค่อนข้างสูง ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมีความต้องการรูปแบบกระเป๋าสตางค์เป็นลำดับแรก ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเป็นกระเป๋าสตางค์เพื่อใช้สำหรับสัตว์เลื้อยคลานขนาดเล็ก ซึ่งได้แนวคิดมาจากรูปทรงหมอนขีดและลวดลายขีด โดยในการพัฒนาในอนาคตการออกแบบควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยที่มากขึ้น (Tabtimthong et al., 2020)

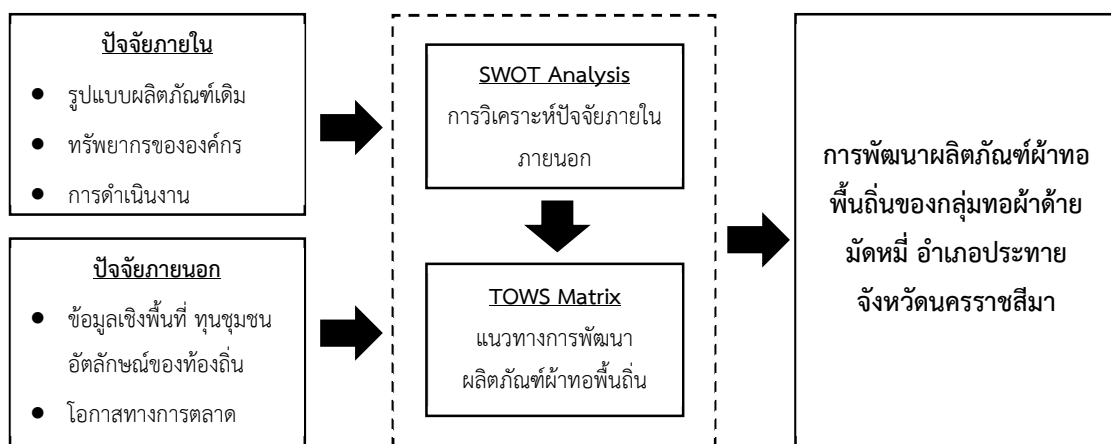
จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปปัจจัยภายในและภายนอกที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปปัจจัยภายในและภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ปัจจัยภายในและภายนอก ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	แหล่งที่มา
รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม	Petpaow (2014); Ulrich and Eppinger (2016); Relvas and Ramos (2020); Youssef and Webster (2022); Cooper (2019)
ทรัพยากรขององค์กร	Office of Small and Medium Enterprise Promotion (2014); Weng and Liu (2018); Manirochana et al. (2020)
การดำเนินงาน	Petpaow (2014); Cooper (2019); Manirochana et al. (2020); Petmee et al. (2019)
โอกาสทางการตลาด	Nilson (1992); Krishnan and Ulrich (2001); Cooper (2016); Ulrich and Eppinger (2016)
ข้อมูลเชิงพื้นที่ ทุณชุมชน อัตลักษณ์ ของท้องถิ่น	Petpaow (2014); Office of Small and Medium Enterprise Promotion (2014); Pantung (2019); Sanjaroensuk and Phonngam (2017); Soodsung and Kaewsritthong (2023)

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดตามรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยกำหนดตัวแปรต้น คือ ปัจจัยภายในประกอบด้วย รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม ทรัพยากรขององค์กร และการดำเนินงาน (Petpaow, 2014; Ulrich & Eppinger, 2016; Relvas & Ramos, 2020; Youssef & Webster, 2022; Cooper, 2019; Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2014; Weng & Liu, 2018; Manirochana et al., 2020; Petmee et al., 2019) และปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ข้อมูลเชิงพื้นที่ ทุณชุมชน อัตลักษณ์ของท้องถิ่น และโอกาสทางการตลาด (Petpaow, 2014; Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2014; Pantung, 2019; Sanjaroensuk & Phonngam, 2017; Soodsung & Kaewsritthong, 2023; Nilson, 1992; Krishnan & Ulrich, 2001; Cooper, 2016; Ulrich & Eppinger, 2016) ทำการวิเคราะห์ตัวแปรต้นด้วย SWOT Analysis และใช้ TOWS Matrix ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้วยมือ อำเภอบางละมุง จังหวัดนครราชสีมา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยและพัฒนา

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งเน้นการใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอบางละมุง จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพในการรวบรวมรายละเอียดข้อมูลเชิงพื้นที่ ชุมชนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอ กระบวนการผลิต ตลอดจนปัญหาที่พบและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอในปัจจุบันของชุมชน ด้วยการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก ผ่านการสำรวจพื้นที่ การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ (Interview) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอของท้องถิ่น (Focus Group) โดยใช้แบบบันทึกข้อมูล แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง จำนวน 18 ราย ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่บ้านหนองเต็ง จำนวน 15 ราย เจ้าหน้าที่พัฒนากรตำบลกระทุ่มราย จำนวน 1 ราย ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลกระทุ่มราย จำนวน 1 ราย และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าในท้องถิ่น จำนวน 1 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องชัดเจนในภาษาที่ใช้สื่อความหมายจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยผลการประเมินจากค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Concordance: IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ (Nunnally & Bernstein, 1994) ภายหลังจากทำเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จึงตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา โดยใช้การตรวจสอบจากแหล่งบุคคล ด้วยการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกกลุ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ทอผ้าด้ายมัดหมี่บ้านหนองเดิน เจ้าหน้าที่พัฒนาการตำบลกระทุ่มราย ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลกระทุ่มราย และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าในท้องถิ่น เพื่อยืนยันความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของกลุ่มผู้ทอผ้าและชุมชน และสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นด้วยการทำ TOWS Matrix เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาที่มีความสอดคล้องกับสภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ทอผ้าและชุมชน โดยคณะผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูล แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนาและนำเสนอข้อมูลด้วยตาราง

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา

ดำเนินการโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นสมาชิกที่มีส่วนร่วมกับการดำเนินงานของกลุ่มอยู่ในปัจจุบัน และมีการทอผ้าเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง หรือเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน การส่งเสริมสนับสนุนการทอผ้าพื้นถิ่น โดยทำการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ ด้วยการจัดประชุมกลุ่มย่อยในการนำเสนอข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มและแนวทางในการพัฒนาแก่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 ราย พัฒนาการตำบลกระทุ่มราย จำนวน 1 ราย ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าในท้องถิ่น จำนวน 1 ราย และสมาชิกกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่บ้านหนองเดิน จำนวน 15 ราย รวมทั้งหมด 18 ราย เพื่อมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ วิพากษ์ และคัดเลือกแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยคณะผู้วิจัยทำหน้าที่ดำเนินการและควบคุมการประชุม จัดบันทึกข้อมูล สรุปข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย มากำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กิจกรรมที่ 2 การทดลองรูปแบบผลิตภัณฑ์และประเมินผลความพึงพอใจ ภายหลังกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการให้กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และลงมือปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ก่อนนำไปสู่การขยายผลและการพัฒนาในพื้นที่ โดยคณะผู้วิจัยทำหน้าที่หนุนเสริม สนับสนุน อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ พัฒนา และการฝึกปฏิบัติ

การประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการประเมินในด้านโครงสร้าง ด้านคุณค่าของงาน ศิลปะความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (Srisaard, 2017)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง พึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง พึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

โดยกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มทอผ้าด้วยมดหมี่บ้านหนองเตินที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 17 ราย สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเตินที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 43 ราย เจ้าหน้าที่พัฒนาการตำบลกระทุ่มราย จำนวน 1 ราย ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลกระทุ่มราย จำนวน 1 ราย และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าในท้องถิ่น จำนวน 1 ราย รวม 63 ราย ใช้แบบประเมินความพึงพอใจเป็นเครื่องมือในการประเมิน โดยผลการประเมินจากค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Concordance: IOC) ที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอในรูปแบบตารางแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กลุ่มทอผ้าด้วยมดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา แบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

5.1.1 การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้วยมดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา จากการประชุมกลุ่มเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอของท้องถิ่น สามารถสรุปข้อมูลสภาพการดำเนินงานในปัจจุบัน โดยพบว่ากลุ่มทอผ้าด้วยมดหมี่บ้านหนองเตินเริ่มต้นรวมกลุ่มในปี พ.ศ. 2548 การขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มมีประธานกลุ่มเป็นแกนนำในการขับเคลื่อน รูปแบบการบริหารงานของกลุ่มเป็นไปอย่างไม่เป็นทางการ การดำเนินงานใช้การพูดคุยตกลงกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มเป็นหลัก ไม่มีการกำหนดหน้าที่ ภาระงานที่ชัดเจน จึงไม่มีการแบ่งแยกหน้าที่การทำงานอย่างเป็นทางการ แต่การดำเนินงานเป็นไปในลักษณะของการขอความร่วมมือจากสมาชิกในการช่วยงานหรือมาร่วมกันทำกิจกรรมในโอกาสต่างๆ เช่น การออกร้านจำหน่ายสินค้าในงาน OTOP ทางกลุ่มใช้การส่งตัวแทนในการไปออกร้านจำหน่ายสินค้า โดยกลุ่มสนับสนุนค่าใช้จ่ายต่างๆให้แก่สมาชิกที่ไปร่วมงาน สำหรับสมาชิกที่มีสินค้าสามารถฝากไปจำหน่ายได้แต่ทางกลุ่มมีการเก็บค่าดำเนินการจากสินค้าที่ฝากไปจำหน่าย

กลุ่มผู้ทอผ้ามีจุดเด่นในด้านองค์ความรู้ในการทอผ้า ฝีมือในการทอ และการมัดหมี่ลายผ้า รูปแบบการผลิตของทางกลุ่มเป็นการแยกกันทอ โดยสมาชิกแต่ละรายจะแยกกันทอ เนื่องจากสมาชิกแต่ละรายมีที่กระตุกเป็นของตนเอง จึงสามารถทอเองได้ที่บ้านตามช่วงเวลาที่ตนเองสะดวก ห่างจากการทำงานหลักของตนเอง กลไกการบริหารการผลิตของทางกลุ่มมีประธานกลุ่มเป็นแกนหลักในการส่งต่องานไปยังสมาชิกหลังจากได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า โดยเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ประธานกลุ่มจะเป็นผู้รับคำสั่งซื้อและส่งต่องานไปยังสมาชิกภายในกลุ่มโดยพิจารณาจากศักยภาพของสมาชิก และยังเป็นผู้จัดสรรทรัพยากรให้แก่สมาชิก ได้แก่ ด้ายสำหรับทอ หัวหมี่มัดลาย รวมถึงวัสดุอื่นซึ่งการได้มาของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตนั้นมาจากการลงทุนโดยประธานกลุ่มเองที่ซื้อวัตถุดิบมาสำหรับการดำเนินงานของตนเอง และส่วนที่เหลือจึงจำหน่าย แบ่งปันให้แก่สมาชิกในกลุ่ม และทรัพยากรที่มาจากผู้ว่าจ้างเป็นผู้ลงทุนสั่งซื้อให้ทางกลุ่ม จากการให้ข้อมูลของสมาชิกในกลุ่มคณะผู้วิจัยสามารถสรุปรูปแบบการผลิตของสมาชิกในกลุ่มได้ คือ 1) การรับจ้างทอ คือ การที่สมาชิกทำการเบิดวัตถุดิบที่ใช้ในการทอจากประธานกลุ่ม เมื่อส่งมอบสินค้าแล้วจึงรับค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างในการทอ 2) การรับผลิตสินค้า คือ การที่สมาชิกได้รับการส่งต่องานจากประธานกลุ่ม แล้วทำการเบิดวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

เมื่อสมาชิกทอผ้าเสร็จประธานกลุ่มจะทำการรับซื้อคืนจากสมาชิกโดยทำการหักค่าวัตถุดิบที่ได้เบิกไป และ 3) การผลิตเพื่อฝากจำหน่าย คือ การที่สมาชิกทอผ้าขึ้นมาเอง หลังจากทอผ้าเสร็จแล้วจึงนำไปฝากให้ประธานกลุ่มจำหน่าย โดยสมาชิกจะได้รับเงินเมื่อสินค้าสามารถจำหน่ายได้ ทั้งนี้ประธานกลุ่มเป็นผู้กำหนดราคา

ในด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีทั้งแบบขายปลีกและแบบขายส่งผ่านช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ได้แก่ การรับซื้อจากพ่อค้าคนกลาง โดยติดต่อมายังประธานกลุ่ม การรับจ้างทอผ้าตามคำสั่งซื้อ เช่น จากหน่วยงานราชการเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ การออกร้านจำหน่ายในงานแสดงสินค้า และการฝากร้านค้าจำหน่าย ในการจำหน่ายแบบขายส่งปริมาณมากทางกลุ่มใช้การรวบรวมสินค้าจากสมาชิกแต่ละรายเพื่อให้ได้ปริมาณที่ต้องการ โดยประธานกลุ่มเป็นผู้รวบรวมและติดต่อเกี่ยวกับการซื้อขาย เมื่อสินค้าจำหน่ายได้แล้วจึงทำการชำระเงินค่าสินค้าให้แก่สมาชิกที่เป็นเจ้าของ

จากข้อมูลสภาพการดำเนินงานและปัญหาที่พบในปัจจุบัน สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยการทำ SWOT Analysis เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์เป็นดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
1. มีการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง 2. มีองค์ความรู้ในการทอผ้า ฝีมือในการทอ และการมัดหมี่ลายผ้า 3. มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าอยู่เสมอ 4. สมาชิกกลุ่มพร้อมเปิดรับการเรียนรู้ใหม่ และมีการแบ่งปันความรู้กันในกลุ่ม 5. มีตราสินค้าเป็นของตนเอง	1. จำนวนช่องทางการจำหน่ายมีจำกัด 2. ลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าผืนยังไม่มีจุดเด่นที่แตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป 3. ไม่สามารถย้อมสีหัวหมี่ได้ 4. ผลิตภัณฑ์แปรรูปยังไม่มีหลากหลาย
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
1. มีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 2. ในหมู่บ้านมีคนรุ่นใหม่มาสืบทอดองค์ความรู้ในการทอผ้า 3. ชุมชนมีจุดเด่นที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้	1. การกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง 2. งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงตามประเด็นที่ต้องการพัฒนาของกลุ่ม 3. ตลาดมีการแข่งขันสูงเนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าผืนมัดหมี่ในท้องตลาดมีความคล้ายคลึง

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ในตารางที่ 2 คณะผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ด้วยเครื่องมือ TOWS Matrix ได้ผลดังภาพที่ 2

ภายใน ภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	S1 มีการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง S2 มีองค์ความรู้ในการมัดลายผ้า และการทอผ้า S3 มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าอยู่ เสมอ S4 สมาชิกกลุ่มพร้อมรับความรู้ใหม่ และมีการแบ่งปันความรู้กันในกลุ่ม S5 มีตราสินค้าของตนเอง	W1 จำนวนช่องทางการจำหน่ายมี จำกัด W2 ลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าผืนยังไม่มี จุดเด่นที่แตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป W3 ไม่สามารถย้อมสีหัวหมี่ได้ W4 ผลิตภัณฑ์แปรรูปยังไม่มี ความ หลากหลาย
โอกาส (O) O1 มีหน่วยงานภายนอกให้การ สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง O2 ในหมู่บ้านมีคนรุ่นใหม่มาสืบทอด องค์ความรู้ในการทอผ้า O3 ชุมชนมีจุดเด่นที่สามารถนำมา สร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์	(SO) SO1 การนำทรัพยากรชุมชนที่มีมา เป็นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (S2,O3) SO2 การส่งเสริมองค์ความรู้ในการ สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ (S2,S4,O1)	(WO) WO1 การพัฒนาลวดลายที่มี เอกลักษณ์ท้องถิ่น ที่มีความแตกต่าง จากท้องตลาด (W2,O3) WO2 การพัฒนากระบวนการย้อม ผ้า (W3,O1)
อุปสรรค (T) T1 การกรดราคาจากพ่อค้าคนกลาง T2 งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ไม่ตรงตามความต้องการในการ พัฒนาของกลุ่ม T3 ตลาดมีการแข่งขันสูงเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์มีความคล้ายคลึงกัน	(ST) ST1 การสร้างการจดจำในตราสินค้า ของกลุ่ม (S5,T3)	(WT) WT1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มี ความแตกต่างจากท้องตลาด (W4,T3)

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น

จากการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix ทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นที่แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ แนวทาง SO1 การนำทรัพยากรชุมชนที่มีมาเป็นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ SO2 การส่งเสริมองค์ความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แนวทาง ST1 การสร้างการจดจำในตราสินค้าของกลุ่ม แนวทาง WO1 การพัฒนาลวดลายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้มีความแตกต่างจากท้องตลาด WO2 การพัฒนากระบวนการย้อมผ้า แนวทาง WT1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด ซึ่งแนวทางทั้งหมดนั้นจะถูกคัดเลือกและสรุปเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาที่จะนำไปดำเนินงานต่อไป

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ ใช้การจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน เพื่อเลือกแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินงานของกลุ่ม ในขั้นตอนสุดท้ายประธานกลุ่มเป็นผู้สรุปฉันทมติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของสมาชิกกลุ่ม โดยสามารถสรุปแนวทางและวิธีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แนวทางและวิธีการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น

แนวทาง	วิธีการพัฒนา
การพัฒนาตลาดลายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด	- ออกแบบพัฒนาลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของชุมชน ที่แตกต่างจากลายผ้าทั่วไป ในท้องตลาด โดยการนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาใช้ในการออกแบบ - การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับที่มาของลายผ้า วิธีการมัดลายผ้า การย้อมสีลายผ้า - การฝึกปฏิบัติการมัดลายผ้า การย้อมสี และการทอ - การกำกับติดตามการดำเนินงาน - การประเมินความคิดเห็นต่อลายผ้าที่ออกแบบ
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด	- การออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอ โดยการมีส่วนร่วมจากกลุ่มตัวอย่าง - การถ่ายทอดแนวคิดที่มาของผลิตภัณฑ์แปรรูป และนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มตัวอย่าง - การทดลองทำผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง และประเมินความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

5.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นตามแนวทางที่ได้กำหนด ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ่านการดำเนินกิจกรรมที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น และกิจกรรมที่ 2 การทดลองรูปแบบผลิตภัณฑ์และประเมินผลความพึงพอใจ โดยผลการดำเนินกิจกรรมเป็นดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น แบ่งการดำเนินงานออกเป็นสองส่วนตามแนวทางการพัฒนาที่ได้กำหนด ได้แก่ การออกแบบพัฒนาลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของชุมชน และการออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอ

การออกแบบพัฒนาลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของชุมชน คณะผู้วิจัยใช้กลไกการมีส่วนร่วมโดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการให้กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนในด้านประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตหรือด้านอื่นๆ ที่สามารถนำมาออกแบบพัฒนาเป็นลายผ้าทอที่สะท้อนถึงท้องถิ่น และมีความแตกต่างจากลายผ้าทอทั่วไปในปัจจุบัน ข้อสรุปจากการระดมความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นตรงกันให้นาคอกกระทุ่มซึ่งเป็นที่มาของชื่อตำบลกระทุ่มราย โดยนำเอาลักษณะและรูปทรงของดอกกระทุ่มมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นลายผ้ามัดหมี่ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และสะท้อนถึงประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน

ในการออกแบบลายผ้าคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบ โดยนำลักษณะของดอกกระทุ่มที่มีรูปทรงกลม ประกอบกับก้านเกสรช่อดอกจากทรงกลม ทั้งในรูปแบบสั้น และยาว และได้นำลักษณะการแตกของช่อดอก

INSPIRATIONS : แรงบันดาลใจ : ดอกหญ้า

การออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม : ออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม : ออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม

การออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม : ออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม : ออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม

การออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม : ออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม : ออกแบบ : อรุณรัตน์ ชื่นชม

ขนาด 25 ซม.

ขนาด 25 ซม.

ขนาด 25 ซม.

ขนาด 25 ซม.

ขนาด 25 ซม.

ขนาด 25 ซม.

ภาพที่ 3 แบบร่างลวดลายผ้ามัดหมี่ลายดอกกระทุ้ม
ที่มา: Researcher

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

การออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอ คณะผู้วิจัยใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมออกความเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ประกอบกับการนำเสนอข้อมูลแนวทางการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบัน และให้กลุ่มเป้าหมายร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อกำหนดรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับความสามารถในการดำเนินงานของกลุ่มที่จะสามารถนำมาผลิตเพื่อจำหน่ายได้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นตรงกันที่ต้องการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มกระเป๋า เครื่องแต่งกายที่ไม่ใช่เสื้อผ้าและของใช้ของแต่งบ้าน เนื่องจากการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องแต่งกายในท้องตลาดมีอยู่จำนวนมาก จึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและยังเสนอความคิดเห็นที่ต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองกลุ่มวัยรุ่น และต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากผ้าทอให้มีความทันสมัยสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายได้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 1) หมวก Bucket 2) กระเป๋า Tote Bag พร้อมกระเป๋าคือ Clutch Bag 3) พวงกุญแจ และ 4) หมอนอิงผ้ามัดหมี่ เนื่องจากเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายได้ประเมินแล้วมีความเป็นไปได้ในการผลิตไม่ยากจนเกินไป และมีรูปแบบที่แตกต่างจากท้องตลาด โดยภาพร่างของผลิตภัณฑ์ 4 ประเภทดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ภาพร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้ามัดหมี่ลายดอกกระพุ่ม

ที่มา: Researcher

กิจกรรมที่ 2 การทดลองรูปแบบผลิตภัณฑ์จากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำการอบรมเชิงปฏิบัติการให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการทดลองมัดลายหมี่ โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่ออกแบบลายผ้ามาเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้และให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด คณะผู้วิจัยทำหน้าที่สังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อกับรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็น ปัญหาและอุปสรรคในการทดลองปฏิบัติระหว่างการฝึกอบรม พบว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้าที่มีความชำนาญในการมัดลายหัวหมี่จะมีความเข้าใจขั้นตอนและวิธีการมัดลายได้รวดเร็วกว่าและสามารถให้คำแนะนำแก่สมาชิกท่านอื่นได้ กลุ่มเป้าหมายแสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากเป็นลายใหม่ที่ไม่คุ้นชิน จึงต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจจึงทำให้สามารถมัดได้ช้า ต้องใช้เวลานานกว่าลายแบบปกติที่เคยทำอยู่และอาจไม่สวยงามมากนักในช่วงแรก แต่เห็นว่าสามารถทำได้และหากมีสมาชิกที่สามารถมัดได้จนสำเร็จแล้วจะสามารถ

ช่วยถ่ายทอดให้กับสมาชิกท่านอื่นๆ ได้ ภายหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการคณะผู้วิจัยทำการกำกับติดตามการดำเนินงานของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายสามารถมัดลายและทอเป็นผ้าผืนได้สำเร็จ โดยมีการประยุกต์เข้ากับลวดลายเดิมที่เคยทออยู่แล้ว ผลการทดลองปฏิบัติเป็นดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงภาพเปรียบเทียบแบบร่างกับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการทดลองปฏิบัติ

แบบร่างลวดลายผ้ามัดหมี่	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่ลายดอกกระพุ่ม
	

ที่มา: Researcher

การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอ ได้นำแบบผลิตภัณฑ์ไปทำการผลิตเป็นชิ้นงานตัวอย่างเพื่อให้ได้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์จริง จากนั้นจึงให้กลุ่มเป้าหมายทำการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้รับการพัฒนา และร่วมแสดงความคิดเห็นถึงแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคตต่อไป โดยการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ตัวอย่างกับแบบร่างเป็นดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงภาพเปรียบเทียบแบบร่างกับผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

ผลิตภัณฑ์	แบบร่าง	ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง
1. หมวก Bucket		
2. กระเป๋า Tote Bag พร้อมกระเป๋าถือ Clutch Bag		
3. หมอนอิงผ้ามัดหมี่		
4. พวงกุญแจ		

ที่มา: Researcher

การประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ทำการประเมินในด้านโครงสร้าง ด้านคุณค่าของงาน ศิลปะความสวยงามและด้านประโยชน์ใช้สอย โดยผู้ประเมินประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มทอผ้าด้วยมัดหมี่บ้านหนองเด่นที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 17 ราย สมาชิกกลุ่มทอผ้าด้วยมัดหมี่บ้านหนองเด่นที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 34 ราย จากทั้งหมด จำนวน 43 ราย ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 ราย พัฒนาการตำบลกระทุ่มราย

จำนวน 1 ราย และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอ จำนวน 1 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น จำนวน 54 ราย ผลการประเมินเป็นดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านโครงสร้าง	3.83	0.74	มาก
1. รูปแบบง่ายต่อการผลิต	3.70	0.82	มาก
2. รูปทรงง่ายต่อการขนส่ง	3.94	0.63	มาก
3. รูปทรงแปลกใหม่จากท้องตลาด	4.31	0.77	มาก
4. ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตต่อชิ้น	3.35	0.76	ปานกลาง
ด้านคุณค่าของงาน ศิลปะความสวยงาม	4.07	0.80	มาก
1. รูปทรงสวยงาม	4.15	0.83	มาก
2. รายละเอียดงานมีความประณีต	3.83	0.72	มาก
3. การใช้สีของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.28	0.83	มาก
4. รูปแบบสื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.02	0.79	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ น่าดึงดูดให้ซื้อ	4.07	0.82	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย	3.98	0.75	มาก
1. ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า 1 อย่าง	4.11	0.69	มาก
2. ขนาดของผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและใช้งาน	4.02	0.74	มาก
3. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและใช้งาน	3.80	0.81	มาก

จากการประเมินผลพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในระดับมากในทุกด้าน ในด้านโครงสร้างเห็นว่า รูปทรงแปลกใหม่จากท้องตลาด แต่มีความกังวลด้านระยะเวลาในการผลิตต่อชิ้นอาจใช้เวลานาน ด้านคุณค่าของงาน ศิลปะความสวยงาม เห็นว่าการใช้สีของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม มีความสวยงาม มีความน่าสนใจ น่าดึงดูดให้ซื้อ ด้านประโยชน์ใช้สอยเห็นว่า ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ แต่มีความกังวลเกี่ยวกับน้ำหนักของผลิตภัณฑ์และความสะดวกในการพกพา นอกจากนั้นผู้ประกอบการยังแสดงความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนานั้นสามารถจำหน่ายได้ แต่ในการผลิตเพื่อจำหน่ายจำเป็นต้องเพิ่มความประณีตในการผลิต และกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดจะช่วยให้ ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ง่ายขึ้น

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอบางปะหัน จังหวัดนครราชสีมา โดยสามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์งานวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.2.1 การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอบางปะหัน จังหวัดนครราชสีมา

การได้มาซึ่งแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของการศึกษาในครั้งนี้ อาศัยการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชนและการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่บ้านหนองเดิ่น โดยการใช้ SWOT Analysis เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งช่วยให้ค้นพบศักยภาพและข้อจำกัดในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเดิ่นที่สามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Susanto and Meiryani (2019) ที่ระบุว่า การใช้ SWOT Analysis เป็นขั้นตอนเริ่มต้นในการดำเนินกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาขององค์กรและการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาด้วย TOWS Matrix สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าของ Dararuang (2017) และ Manirochana et al. (2020) ที่ใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันผลิตภัณฑ์ OTOP และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ดังนั้นการใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมที่ให้กลุ่มผู้ทอผ้าได้มีส่วนร่วมตั้งแต่การศึกษารวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์ SWOT จนกระทั่งสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาด้วย TOWS Matrix จึงเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้แนวทางที่ได้นั้นมีผลสอดคล้องกับศักยภาพการดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่บ้านหนองเดิ่น โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการประชุมกลุ่มย่อยที่กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันวิเคราะห์ วิพากษ์ และคัดเลือกแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอซึ่งเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ส่งผลให้เกิดการนำแนวทางไปสู่การปฏิบัติได้

5.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ของกลุ่มทอผ้าด้ายมัดหมี่ อำเภอบางปะหัน จังหวัดนครราชสีมา

จากการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 กลุ่มเป้าหมายได้เลือกแนวทางในการพัฒนาในสองแนวทาง คือ 1) การพัฒนาลวดลายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด และ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด โดยแนวทางการพัฒนาลวดลายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นใช้กลไกการมีส่วนร่วมให้กลุ่มเป้าหมายได้นำเสนออัตลักษณ์ของชุมชน จึงทำให้ได้ลวดลายผ้าจากลักษณะและรูปทรงของดอกกระทุงที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และช่วยสร้างการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าของ Pantung (2019) ที่ออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากการนำรูปแบบสิ่งที่เป็นที่พบเห็นในท้องถิ่นและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลาย เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป และการศึกษาของ Sanjaroenusuk and Phonngam (2017) พบว่า กลุ่มต้องการผ้าลวดลายใหม่ที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มและชุมชน รวมถึงเป็นที่ต้องการของลูกค้าและตลาดในปัจจุบัน อีกทั้งมีความต้องการที่จะจัดสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรลายผ้าที่เป็นของกลุ่มและชุมชน และการศึกษาของ Soodsung and Kaewsirithong (2023) ได้เสนอให้นำเอกลักษณ์ที่มีความหลากหลายของท้องถิ่นหรือชุมชนมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบพัฒนาลวดลาย เพื่อให้เกิดผ้ามัดหมี่ที่มีเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาลายผ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น อาจเลือกใช้แนวทางการนำเอกลักษณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน โดยเฉพาะเอกลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปมาพัฒนาเป็นลวดลายผ้าที่สะท้อนถึง

เอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนนั้นๆ จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาดและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคได้ อีกทั้งยังสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในลวดลายผ้าของกลุ่มหรือชุมชนของตนเอง

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด คณะผู้วิจัยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง มีรูปลักษณะที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองกลุ่มวัยรุ่นและต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากผ้าทอให้มีความทันสมัยสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Soodsung and Kaewsritthong (2023) และ Tabtimthong et al. (2020) ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ในการออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย การออกแบบให้มีความหลากหลายและทันสมัย เพื่อเป็นการกระตุ้นการเลือกซื้อของผู้บริโภค ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงควรเน้นการออกแบบที่ช่วยลดจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์และปรับปรุงที่อาจยังไม่มีความหลากหลาย รวมถึงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้มากขึ้นตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนานั้น กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาโดยเห็นว่า รูปทรงแปลกใหม่จากท้องตลาด มีความสวยงาม มีความน่าสนใจ น่าดึงดูดให้ซื้อ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Soodsung and Kaewsritthong (2023) ที่ได้ทำการประเมินความพึงพอใจในลวดลายผ้ามัดหมี่ที่พัฒนาขึ้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในด้านลวดลายมีความเหมาะสมกับการแปรรูป และด้านองค์ประกอบมีความสวยงามเช่นกัน และสอดคล้องกับการวิจัยของ Hintoe et al. (2019) ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ จากผลการประเมินความพึงพอใจสะท้อนให้เห็นว่าการให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการช่วยให้การพัฒนาตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แต่นอกจากความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในฝั่งของผู้ผลิตแล้ว อาจต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย

ทั้งนี้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเป็นการที่มุ่งเน้นการพัฒนาในระดับชุมชนด้วยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาจนกระทั่งการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชนเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการพัฒนา โดยชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการดำเนินงานสร้างรายได้หมุนเวียนให้เกิดขึ้นในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นไปตามแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ต้องการให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งมีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

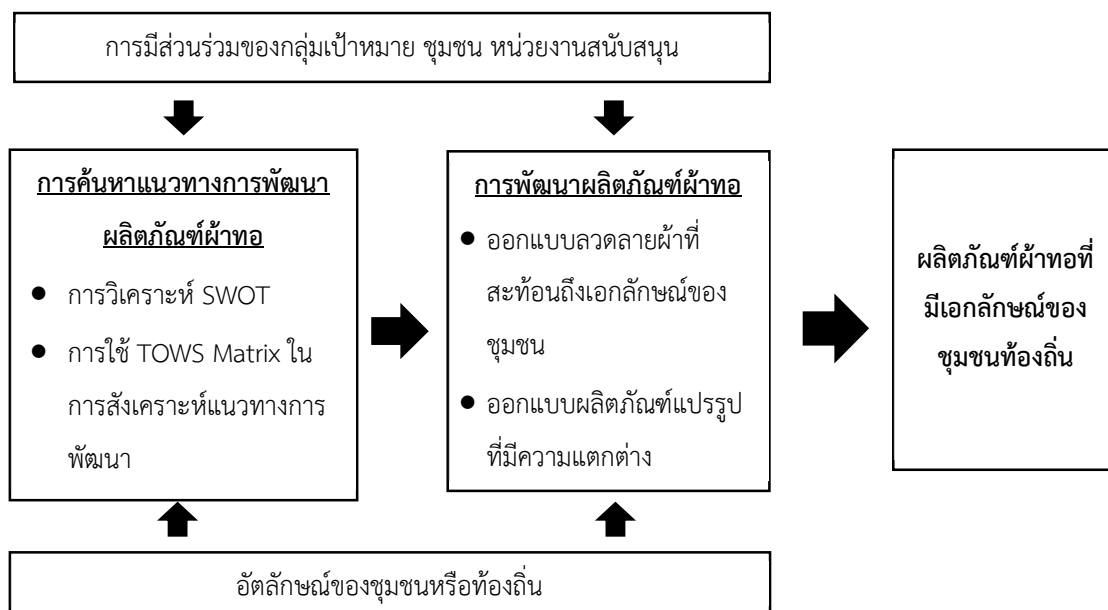
6. สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กลุ่มทอผ้าด้วยมัดหมี่ อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา เป็นการศึกษาและพัฒนาโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น โดยการวิเคราะห์ SWOT และการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาด้วยเครื่องมือ TOWS Matrix ผลการวิจัยกลุ่มเป้าหมายได้เลือกแนวทางการพัฒนา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ 2 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาลวดลายที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด และ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด จากนั้นจึงทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นตามแนวทางการพัฒนาที่ได้ผ่านกิจกรรมที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น และกิจกรรมที่ 2 การทดลองรูปแบบผลิตภัณฑ์และประเมินผลความพึงพอใจ โดยกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ทำการออกแบบลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของชุมชนและการออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอ ผลการออกแบบลายผ้าได้นำลักษณะและรูปทรงของดอกกระทุ่มที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และสะท้อนถึงประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นลวดลายผ้ามัดหมี่ ในกระบวนการพัฒนาได้เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เรียนรู้และลงมือปฏิบัติทดลองมัดลายหมี่ พบว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถมัดลายและทอเป็นผ้าผืนได้สำเร็จ โดยมีการประยุกต์เข้ากับลวดลายเดิมที่เคยทออยู่แล้ว สำหรับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอได้ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 1) หมวก Bucket 2) กระเป๋า Tote Bag พร้อมกระเป๋าคือ Clutch Bag 3) พวงกุญแจ และ 4) หมอนอิงผ้ามัดหมี่ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเห็นว่ารูปแบบง่ายต่อการผลิต มีความสวยงาม รูปลักษณะสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

ทั้งนี้การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นในครั้งนี้เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการพัฒนาในระดับชุมชน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาจนกระทั่งการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชน โดยสามารถใช้องค์ความรู้ในการสร้างรายได้หมุนเวียนให้เกิดขึ้นในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ รวมถึงการเกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในการนำองค์ความรู้จากการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มหรือชุมชน รวมถึงการนำเอกลักษณ์ของชุมชนหรือท้องถิ่นมาเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง มีความเฉพาะของชุมชนท้องถิ่นนั้น ดังแสดงกระบวนการสรุปในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แผนภาพสรุปการประยุกต์ใช้องค์ความรู้จากการวิจัย

ที่มา: Researcher

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

7.1.1 การค้นหานโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น วิเคราะห์ และเลือกแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินงานของตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการนำแนวทางการพัฒนาไปสู่การปฏิบัติจนประสบความสำเร็จ

7.1.2 ในการพัฒนาลายผ้าทอพื้นถิ่นสามารถนำเอกลักษณ์ของชุมชนที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปมาพัฒนาเป็นลวดลายผ้าที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน ซึ่งช่วยให้มีความแตกต่างจากลวดลายทั่วไปในท้องตลาดและสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ยังช่วยให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในลวดลายผ้าของตนเอง

7.1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอควรเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด รวมถึงสามารถตอบสนองต่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการทอผ้าเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานตั้งแต่การมัดลายไปจนกระทั่งทอผ้า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

7.2.2 ควรมีการกำหนดกระบวนการในการวัดผลด้านการเพิ่มประสิทธิภาพ การลดต้นทุน หรือวัดรายได้ที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับการพัฒนาแล้ว เช่น การวัดรายได้จากการจำหน่ายผ้าทอลายดอกกระพุ่มหรือการวัดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอลายดอกกระพุ่ม

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

7.3.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดทำแผนงานในการส่งเสริมให้ผ้ามัดหมี่ลายดอกกระพุ่มเป็นลายผ้าทอประจำตำบล โดยการเผยแพร่ความรู้ในการมัดลายและการทอให้กับผู้ทอผ้ารายอื่นในตำบล

7.3.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานพัฒนาชุมชน ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผ้ามัดหมี่ลายดอกกระพุ่มเป็นที่รู้จักภายนอกมากขึ้น

7.3.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มอาชีพทอผ้าหมู่บ้านต่างๆ ในตำบล และการศึกษาดูงานในพื้นที่อื่นที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้รวมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภายนอก

7.3.4 การสนับสนุนด้านงบประมาณในการพัฒนาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีขนาดแคลงงบประมาณ

7.3.5 หน่วยงานพัฒนาชุมชนสามารถสนับสนุนด้านการตลาดด้วยการหาโอกาสในการออกร้านจำหน่ายสินค้า งานแสดงสินค้า เพื่อจำหน่ายสินค้าและเป็นการสร้างการรับรู้ในลายผ้าดอกกระพุ่ม

7.3.6 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของสนับสนุนและผลักดันให้มีการจดสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ลายผ้าดอกกระพุ่ม เพื่อให้เป็นสมบัติของชุมชน

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของของรายงานการวิจัย โครงการนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าและยกระดับการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา โดยโครงการได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ทั้งนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา องค์การบริหารส่วนตำบลกระพุ่มราย อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา และมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล ที่ได้สนับสนุนการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

9. เอกสารอ้างอิง

Burapajatana, J. (2016). Applying patterns from identity of Jok woven textiles of Mae Jam to design of cultural textile products for home decoration. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(3), 1720-1738.

- Chaipattanamatee, P. (2013). *Development of a local knowledge database on weaving of the women's weaving group of Khao Tao Village, Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province*. Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
- Cooper, R. (2019). The drivers of success in new-product development. *Industrial Marketing Management*, 76, 36-47. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.07.005>.
- Cooper, R. G. (2016). Agile-stage-gate hybrids: The next stage of product development. *Research Technology Management*, 59(1), 21-29.
- Dararuang, K. (2017). The competitive strategy development OTOP product: Koneanshredded pork at Nongkradone Subdistrict, Muang District, Nakhonsawan. *Modern Management Journal*, 14(2), 67-78.
- de Chematony, L., Dall'Olmo Riley, F., & Harris, F. (1998). Criteria to assess brand success. *Journal of Marketing Management*, 14(7), 765-781. <https://doi.org/10.1362/026725798784867608>.
- Fuller, G. W. (1994). *New product development from concept to marketplace*. CRC Press.
- Hintoe, B., Pantung, P., & Wongsangteng, P. (2019). The development patterns woven products Mudmee for create economic value follow the creative economy case study woven Ban Muang Hom Phitsanulok province. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn*, 14(1), 143-150.
- Janpla, J., Songsuwong, W., Kijkar, P., & Wongsaming, S. (2016). Development of Thai Song Dam woven fabric products to add value following the creative economy concept. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(2), 82-98.
- Krishnan, V., & Ulrich, K. T. (2001). Product development decisions: A review of the literature. *Management Science*, 47(1), 1-21.
- Manirochana, N., Limpanitgul, T., Toprayoon, Y., & Yamchim, N. (2020). Rungmanee Pattana community enterprise product development, Wang Thong Lang District, Bangkok. *SAU Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(1), 176-195.
- Marquis, J., & Deeb, R. (2018). Roadmap to a successful product development. *IEEE Engineering Management Review*, 46, 51-58.
- Nilson, T. H. (1992). *Creating customer value: The path to sustainable competitive advantage*. Thompson Executive Press.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2014). *Report on the situation of small and medium sized enterprises in 2014*. <https://www.sme.go.th/>.

- Pantung, P. (2019). Participatory development of textile products of Ban Phu Thong community, Sukhothai province. *Area Based Development Research Journal*, 11(4), 331-345.
- Petmee, P., Chemsripong, S., & Pongsakornrunsilp, S. (2019). Success factors of traditional textile business SMEs in the North of Thailand. *Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS)*, 14(3), 146-164.
- Petpaow, P. (2014). The process of the creative economy to raise OTOP products to the international level of Tambol Dontum, Banglen District, Nakhonpathom Province. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 7(1), 369-378.
- Provincial Community Development Office of Nakhon Ratchasima. (2021). *OTOP product database, Nakhon Ratchasima Province* [Annual report]. Community Development Department.
- Provincial Community Development Office of Prathay District. (2021). *OTOP Prathay District* [Annual report]. Community Development Department.
- Pudsadee, N., & Phonginwong, R. (2016). Factors affecting small and micro community enterprise success: A case study of the silk producers in Moo Ban Hua Saban village, Banyang sub-district Phutthaisong district, Buriram province. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Buriram Rajabhat University*, 8(special volume), 343-352.
- Rattanaphan, M. (2020). Marketing development guidelines of woven fabrics for Romsai Fabrics Weaving Community Enterprise. In *The 11th Hatyai National and International Conference* (pp. 1798-1810). Hatyai University.
- Relvas, C., & Ramos, A. (2020). New methodology for product development process using structured tools. Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: *Journal of Engineering Manufacture*, 235, 378-393. <https://doi.org/10.1177/0954405420971228>.
- Sanguonsaksorn, R. (2021). *Korat woven fabric: Products and craftsmanship of Nakhon Ratchasima people*. Office of Literature and History.
- Sanjaroensuk, P., & Phonngam, P. (2017). The research and development of local fabric products of the native weaving Ban Kut Du Groups in Nong Bua Lam Phu province. *The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal (GTHJ.)*, 25(1), 187-202.
- Soodsung, I., & Kaewsritthong, J. (2023). Design and mudmee silk's motifs development at Ban Lan Phai, Kamphaengphet province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(10), 215-228.
- Srisaard, B. (2017). *Basic research* (10th ed.). Suviriyasarn.
- Susanto, A., & Meiryani, M. (2019). Antecedents of environmental management accounting and environmental performance: Evidence from Indonesian Small and Medium Enterprises. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(6), 401-407.

- Tabtimthong, S., Sornsiri, S., & Nudang, S. (2020). A study and product development khit woven fabric case study khit pillow weaving housewife group, Ban Khok Charoen, Yasothon province. *RMUTK Journal of Liberal Arts*, 4(1), 41-53.
- Thailand Textile Institute. (2016). *Report on a research project on the identity of Thai silk and market opportunities for contemporary Thai silk products*. Thailand Textile Institute, Ministry of Industry.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product design and development*. McGraw-hill.
- Wannapas, S. (2008). *Teaching documents for the community product development course*. STOU Press.
- Weng, J., & Liu, T. (2018). Enterprise strategy analysis based on SWOT analysis. *Proceedings of the 2018 International Conference on Sports, Arts, Education and Management Engineering (SAEME 2018)*, 274–277. <https://doi.org/10.2991/saeme18.2018.51>.
- Yooyam, C. (2019). *Developing a Marketing Strategy for Native Textile in Phetchaburi Province* [Unpublished master's thesis]. Silpakorn University.
- Youssef, M., & Webster, B. (2022). A multi-criteria decision making approach to the new product development process in industry. *Reports in Mechanical Engineering*, 3(1), 83-93. <https://doi.org/10.31181/rme2001260122y>.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Mr. Pamorn Sakullertwattana
Highest Education: Master of Business Administration (Marketing)
University or Agency: Vongchavalitkul University
Field of Expertise: Quality management, Business strategy
Address: Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University
E-mail: pamorn_sak@vu.ac.th



Name and Surname: Mr. Baramee Wannaphongcharoen
Highest Education: Master of Public and Private Management
University or Agency: Vongchavalitkul University
Field of Expertise: Entrepreneurship
Address: Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University
E-mail: baramee_wan@vu.ac.th



Name and Surname: Ms. Phitchaya Wannaphongcharoen
Highest Education: Master of Business Administration (Logistics and Supply Chain Management)
University or Agency: Nakhon Ratchasima Rajabhat University
Field of Expertise: Logistics, Supply Chain, Management
Address: Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University
E-mail: phitchaya.w@nrru.ac.th



Name and Surname: Dr. Chomphak Jantakat
Highest Education: Doctor of Business Administration
University or Agency: Vongchavalitkul University
Field of Expertise: Human Resource Management
Address: Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University
E-mail: chomphak_jan@vu.ac.th