



รายงานการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

Local Woven Wabric Development in Phetchabun to Commercial

ปิยะวัน เพชรหมี่

สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2561

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์
Local Woven Wabric Development in Phetchabun to Commercial

ปิยะวัน เพชรหมี สาขาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ

ทุนอุดหนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ งบประมาณแผ่นดินที่พิจารณาจาก
โดยผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ประจำปีงบประมาณ 2561

ชื่องานวิจัย การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์สู่เชิงพาณิชย์

Local Woven Wabric Development in Phetchabun to Commercial

ผู้วิจัย ปิยะวัน เพชรหมี่

สาขาวิชา สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปี 2561

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่องการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์สู่เชิงพาณิชย์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์สู่เชิงพาณิชย์ เป็นงานวิจัยที่นำผ้าทอไทหล่มซึ่งมีเอกลักษณ์ของลวดลาย ผ้าทอมาพัฒนาสร้างสรรค์ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยพัฒนาให้มีรูปแบบที่ร่วมสมัยเหมาะสมกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดแนวคิดใหม่ และถ่ายทอดผลการวิจัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สาธารณะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งกระบวนการวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ

1) บริบทกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มในเขตพื้นที่อำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่าของจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคิ้ว กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไซ กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศ รวม 6 กลุ่ม พบว่า จุดเด่นของผ้าไทหล่มอยู่ที่ลวดลายบนพื้นผ้า ซึ่งเป็นผ้าที่มีเอกลักษณ์ร่วมกันในพื้นที่อำเภอหล่มสักและหล่มเก่า ซึ่งตัวขึ้นประกอบด้วยลายหลัก 9 ราย คือ ลายปราสาทผึ้ง ลายนาค ลายหงส์หรือเสาคหลา ลายขอ ลายขาเป๋ีย ลายกระเบื้องคว่ำกระเบื้องหงาย ลายหมากจับ ลายเอี้ย ลายตุ้ม

2) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงได้แก่กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยและกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มทอผ้า ไทหล่มบ้านห้วยและกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศมีการบริหารจัดการโดยยึดประธานกลุ่มเป็นหลัก ทั้งนี้มีระบบบริหารในรูปแบบของคณะกรรมการ กลุ่มมีการวางแผนการผลิตแบบง่ายไม่ซับซ้อนโดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการตลาดและลูกค้า กระบวนการผลิตของกลุ่มตั้งแต่การย้อมสี การทอ จะใช้วัสดุจากธรรมชาติและวัสดุจากนอกพื้นที่ และอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบทอดต่อกันมานาน โดยกระบวนการผลิตของกลุ่มเริ่มจากขั้นตอนการคัดสรรเส้นไหมและเส้นฝ้าย กระบวนการย้อมสี กระบวนการทอและการเย็บมือ กลุ่มจะมีการตรวจสอบและควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิต จนถึงผลิตภัณฑ์ที่เสร็จเรียบร้อยเรียบร้อยแล้ว ในด้านการตลาดนั้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยมีช่องทางการตลาดขายปลีกที่ทำการกลุ่ม ช่องทาง

ออนไลน์เฟสบุ๊ค ด้านการจัดการตลาด ประธานกลุ่มเป็นหลักในการดำเนินงาน จะผลิตตามคำสั่งหรือใบสั่งของลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานราชการ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น โรงเรียน บริเวณอำเภอหล่มสักเป็นส่วนมาก ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ดำเนินการโดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล งานแสดงสินค้า และงานประจำจังหวัด

3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม ได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักศึกษาและบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม จำนวน 100 คน เพื่อประเมินความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไทหล่ม พบว่าผู้บริโภคพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ส่วนมากอยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ไม่เคยซื้อผ้าทอพื้นเมือง และจำนวนเงินในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละครั้ง มูลค่าการซื้อต่ำกว่า 500 บาท วัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองพบว่า ในแต่ละครั้งของการซื้อส่วนใหญ่ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญหรือของที่ระลึก และซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวัน รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ได้แก่ กระเป๋า ชุดเครื่องแต่งกาย เข็มกลัด ผ้าพันคอ ของโทรศัพท์ ภาพลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มแบบที่คิดว่าจะมีความเหมาะสมกับการนำผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มมาประยุกต์ พบว่า แบบทันสมัย รูปแบบผ้าพื้นเมืองที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด เป็นรูปแบบที่เรียบง่าย และมีความทันสมัย ผลการประเมินความต้องการของผู้บริโภค ได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ คือ 1. มีความสัมพันธ์กับคุณภาพและประโยชน์ใช้สอย เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ 2. ควรพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตที่เหมาะสม 3. มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค ควรคำนึงถึงความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิต ความเป็นอยู่ เหมาะสมกับวัฒนธรรม รสนิยม สภาพเศรษฐกิจและสังคม 4. มีคุณค่าทางความงาม ตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย

5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำข้อสรุปจากความต้องการของผู้บริโภคมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ผลการออกแบบคัดเลือกและออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จัดทำเป็นเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ 4 ประเภท คือ เสื้อคลุม กระเป๋า ยามและเข็มกลัด พัฒนาผลิตภัณฑ์มาจากลักษณะเด่นของลวดลายผ้าไทหล่มซึ่งมีองค์ประกอบคือหัวขึ้น ตัวขึ้นและตีนขึ้น โดยพัฒนาให้มีรูปแบบที่ร่วมสมัย ด้วยการนำลวดลายดั้งเดิมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ร่วมกับการปักและตกแต่งด้วยวัสดุ และเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้กับผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ การพัฒนา การสร้างมูลค่า ผ้าทอพื้นเมือง

Title Local Woven Wabric Development in Phetchabun to Commercial

Author Piyawan Petmee

Department of Management Faculty of Management Science Phetchabun Rajabhat
University Year 2018

Abstract

The research on the development and creation of value added products for the local textile fabrics of Phetchabun province to the commercial . This purpose is to study the development and value creation methods for the local textile products of Phetchabun province to commercialize and research that brings the Tai Lom woven fabric which has the identity of the pattern Woven fabrics for the development of creative applications in everyday life by developing to have a contemporary style Suitable for the current lifestyle which brings cultural capital to the new concept and transfer research results in product design to the public to develop and promote local wisdom products according to government policies Which the research process uses quantitative and qualitative analysis methods The population and samples used in the research

1) The context of Tai Lom native textile group in the area of Lom Sak district and Lom Kao district of Phetchabun province is Tai Lom Weaving Group, Ban Wang Rong Loom Weaving Group , Ban Tio Cotton Weaving Group Weaving Group, Sri Than Wang Ban Temple Ban Phu Phak Sai Weaving Group 6 Lo Laem Weaving Group, found that the highlight of Tai Lom fabric is in the pattern on the fabric floor. Which is a fabric that has a common identity in the area of Lom Sak and Lom Kao district which the skirt consists of 9 main patterns, namely, Prasat Pong, Nai, Lainak, Laihong ,Laikro , Laikapear ,Laikabongkong kabonghang Laimakjub, Laiyear ,Laikong

2) Two sample groups were selected by using a specific selection method, namely, Tai Lom Weaving Group, Ban Wai and Ban I Lert Weaving Group. The study found that the weaving group Tai Lom, Ban Wai and Ban I-Laem Weaving Group are mainly managed by the group president. There is a management system in the form of a committee. The group has a simple production plan that is not redundant based on

market and customer needs. Group production process, from dyeing, weaving, will use natural materials and materials from outside the area. And based on local wisdom that has been passed down for a long time The production process of the group starts from the selection process of silk and cotton lines. Dyeing process Hand weaving and sewing process The group will check and control, ranging from raw materials to production. Until the finished product is finished In marketing, the products of the group With a retail marketing channel for group Online channel Facebook Marketing management The group president is the main operation. Will produce according to the order or customer order most customers are government agencies. Local administrative organizations, schools in Lom Sak district are mostly In terms of public relations, it is operated by various media such as Government agencies Sub-district Administration Organization Expo And provincial jobs

3) Target customers in studying the demand for types of Tai Lom native textile products Including tourists Student groups and individuals who are interested in Tai Lom woven products, 100 people to assess the needs of consumers towards the pattern of Tai Lom fabric products Found that consumers found that female respondents Age between 20 - 30 years old. Most single status is undergraduate study. Level of purchase of native textile products Never buy native fabrics And the amount of money for the purchase of native textiles each time The purchase value is less than 500 baht. The purpose of buying native woven fabrics was found that Each time of the purchase, most of them bought to be souvenirs. Gifts or souvenirs And buy for use in everyday life The product model that needs to be developed as guidelines for the costume, costume, brooch, scarf, phone case, the image of the Tai Lom native woven fabric, which is considered appropriate for the introduction of the Thai Lom native fabric The traditional fabric pattern that consumers like the most. Is a simple form And modern Consumer assessment results Has been used as a guide in product design The research tool is Structured in-depth interviews and questionnaires and data analysis with descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation The qualitative data analysis is used for content analysis.

4) Product development guidelines The guidelines for product development should relate to various things: 1. Relate to quality and utility. Suitable for utilization 2.

should consider the appropriate materials and production processes 3. relating to the needs of consumers Should consider the needs that are in line with the lifestyle, suitable for culture, tastes, economic and social conditions Realizing contemporary beauty

5) Product development Take the conclusion from the needs of consumers as a guide in the design. Results of design, selection and design by experts Made into 4 product types, including a bag, coat, bag and brooch. Product development comes from the distinctive characteristics of Tai Lom fabric pattern, which is composed of a skirt. Skirt and skirt By developing to have a contemporary style With the introduction of traditional patterns to develop new products Together with embroidery and decorated with materials And add benefits to the product

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัย เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ได้สำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติและท่านทั้งหลายเป็นอย่างสูง ซึ่งขอกล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ประกอบด้วย ท่านอธิการบดีคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ท่านผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่จัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนในการดำเนินการวิจัย ขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ ที่กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ ปราชญ์ผ้าทอพื้นเมืองอำเภอหล่มสักที่ได้กรุณาให้ความร่วมมืออย่างยิ่งในการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์ยิ่ง

ปิยะวัน เพชรหมี่

ธันวาคม 2561

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1	บทนำ	
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3	ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
1.4	กรอบแนวคิด.....	4
1.5	ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	4
1.6	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
1.6	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1	ความเป็นมาของชาวไทหล่มของจังหวัดเพชรบูรณ์.....	7
2.2	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
2.3	แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	17
2.4	แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม	21
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	34
3.1.	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
3.2	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	35
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.3	การตรวจสอบข้อมูล	31
3.3	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
4.1	การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองโดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน.....	38
4.2	คัดเลือกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองที่มีศักยภาพเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง	67
4.3	แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง	78
4.4	สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง.....	93
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	95
5.1	สรุปผลการวิจัย	95
5.2	อภิปรายผล	104
5.3	ข้อเสนอแนะ	105

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

สารบัญตาราง

หน้าที่

ตารางที่ 1-1 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์	1
ตารางที่ 4 – 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	78
ตารางที่ 4 – 2 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์การซื้อผ้าพื้นเมือง 80 ภาพลักษณ์ของผ้าทอไทหล่ม	

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1-1 ภาพกรอบแนวคิดของการวิจัย	4
ภาพที่ 2-1 ภาพแบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค Schiffman and Kanuk 2007	12
ภาพที่ 4 – 1 พระราชทานสิ่งขจรเทวี	39
ภาพที่ 4 – 2 เจดีย์พ่อขุนผาเมืองคู่กับต้นจำปาขาว.....	39
ภาพที่ 4 – 3 แสดงการแต่งกายชาวไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน.....	40
ภาพที่ 4 – 4 ลวดลายผ้าไทหล่มมีทั้งผ้าไหมและไหมสังเคราะห์.....	40
ภาพที่ 4 – 5 ลวดลายผ้าแพรลายไส้ปลาไหล.....	41
ภาพที่ 4 – 6 ผลิตภัณฑ์กระเป๋ายามไทหล่ม.....	41
ภาพที่ 4 – 8 ภาพสมาชิกของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก.....	42
ภาพที่ 4 – 9 ภาพแสดงการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก.....	43
ภาพที่ 4 – 10 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก.....	48
ภาพที่ 4 – 11 ภาพคุณแม่ครูจําหรั๊ด สาพู (ซ้ายมือ) ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านตัวและสมาชิกกลุ่ม.....	50
ภาพที่ 4 – 12 แม่ครูจําหรั๊ด สาพู (ซ้ายมือ) ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านตัว.....	51
ภาพที่ 4 – 13 ภาพแม่ครูจําหรั๊ด สาพู ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านตัวย้อมผ้าฝ้ายไทหล่ม.....	51
ภาพที่ 4 – 14 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านตัว ตัวซิ่น ยาม หัวซิ่นลายขีด ผ้าเต้าม้า ผ้าฝ้ายแบบพื้น..	52
ภาพที่ 4 – 15 แสดงลวดลายตัวซิ่นไทหล่มของกลุ่มบ้านตัว.....	52
ภาพที่ 4 – 16 แสดงการเก็บวัตถุดิบของกลุ่มทอผ้าบ้านตัว.....	53

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 4 – 17 แสดงที่ทำการกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า.....	55
ภาพที่ 4 – 18 แสดงกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า.....	56
ภาพที่ 4 – 19 แสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า	56
ภาพที่ 4 – 20 แสดงกิจกรรมของกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า	57
ภาพ 4 – 21 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มผ้าทอบ้านภูฝักไข่คัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น	58
ภาพ 4 – 22 แสดงการทอผ้าของกลุ่มผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า	61
ภาพ 4 – 23 แสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า.....	62
ภาพ 4 – 24 แสดงลวดลายผ้าทอของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศ อำเภอหล่มเก่า.....	64
ภาพ 4 – 25 สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศ อำเภอหล่มเก่า.....	65
ภาพ 4 – 26 ภาพสมาชิกของกลุ่มบ้านห้วย.....	69
ภาพ 4 – 27 ภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านห้วย.....	70
ภาพ 4 – 28 ภาพการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย.....	71
ภาพ 4 – 29 ภาพภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย	72
ภาพ4-30 แสดงลวดลาย และสีของผ้าไทหล่ม.....	85
ภาพ 4-31 แสดงลวดลาย และสีของผ้าซิ่นไทหล่ม.....	85
ภาพ 4 -32 ลวดลายผ้าไทหล่มโดยใช้โครงสร้างลายแบบดั้งเดิม.....	86
ภาพ 4 -33 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อคลุมสุขภาพสตรี.....	87
ภาพ 4 -34 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสุขภาพสตรี.....	88

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ 4 -33 ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อและกระเป๋าสุภาพสตรีที่ใช้ในงานภูมิปัญญาผ้าไทย.....	89
ภาพ4-34 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงย่าม.....	90
ภาพ4-35 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เข็มกลัดไทหล่ม	90
ภาพ 5 -1 ภาพผลิตภัณฑ์ใหม่.....	104

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

จังหวัดเพชรบูรณ์มีความเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว และที่สำคัญมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ทำให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและเชิงนิเวศน์ จังหวัดเพชรบูรณ์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและหลากหลาย ทั้งทางด้านศาสนา วัฒนธรรมประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียง โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 1,792,327 คน ในปี 2557 (จากข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์) มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 5,356 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ในช่วงปี 2535 - 2557

รายการ	จำนวน				
	2553	2554	2555	2556	2557
1. จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	823,140	1,226,193	1,303,136	1,509,632	1,792,327
ชาวไทย	817,909	1,217,924	1,288,443	1,487,892	1,770,205
ชาวต่างประเทศ	5,231	8,269	14,693	21,740	22,122
2. รายได้จากกาท่องเที่ยว (ล้านบาท)	1,914.99	3,361.86	3,532.72	4,380.72	5,356.62

(สถิติการท่องเที่ยว : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์)

จังหวัดเพชรบูรณ์มีผ้าทอพื้นเมืองเป็นผลผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ที่มีความแตกต่างไปจากพื้นที่ตามตำนานและความเชื่อโบราณที่มีรากเง้าจากวัฒนธรรมพื้นถิ่น เดิมผ้าทอพื้นเมือง ผลิตไว้ใช้ในแทบทุกครัวเรือน ต่อมาได้มีการพัฒนาเครื่องจักรเข้าสู่กระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง และได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ทำให้วิธีการผลิตผ้าจากครัวเรือนลดน้อยลง ด้วยเทคโนโลยีการผลิตด้วยเครื่องจักร ทำให้การผลิตผ้าสามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากในเวลาจำกัด ส่งผลต่อกระบวนการผลิตด้วยมือแบบโบราณที่นับวันจะสูญหายไป แนวความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า อยู่ในบริบทพื้นฐานของสังคม ศิลปะและวัฒนธรรม หลอมรวมกับ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างสรรค์ แปรรูปสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและตรงกับความต้องการของตลาด ปัจจุบันสินค้าของไทยได้รับการยอมรับจากตลาดโลกว่าเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณภาพสูง โดยเฉพาะผ้าทอลายพื้นเมืองต่างๆ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบตามวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ โดยมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษมาสู่ลูกหลานในปัจจุบัน เช่น ผ้าทอขิด ผ้าลายน้ำไหล ผ้าไหมมัดหมี่ ก็ล้วนมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองทั้งสิ้น

ด้วยเหตุนี้การนำแนวความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์และเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าทอพื้นเมือง นำไปสู่การผลิตสินค้าผ้าทอพื้นเมืองในรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดการค้าผ้า หากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสามารถคิดค้นประดิษฐ์ลายผ้าใหม่ขึ้นมาเพื่อเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตรายนั้นๆ นอกจากจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าแล้วยังเป็นการสร้างความจดจำให้กับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคอีกด้วย ความต้องการผ้าพื้นสำหรับตลาดต่างประเทศนั้นมีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากความนิยมในการนำผ้าทอไทยไปออกแบบ ตัดชุดสำหรับเป็นเครื่องแต่งกาย และนำไปเป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้าน มีทั้งแบบนำไปใช้ทั้งผืนและนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตปลอกหมอน ผ้าปูเตียงและวอลเปเปอร์

นอกจากการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับผ้าทอมาพัฒนาเป็นสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วนั้น ผู้ผลิตแต่ละแห่งในจังหวัดเพชรบูรณ์ ยังสามารถนำแหล่งผลิตสินค้ามาร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ เช่น ผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม และในการสนับสนุนข้อมูลส่งผ่านให้กับผู้สนใจในประวัติความเป็นมาและกระบวนการผลิตสินค้าผ้าทอพื้นเมืองเป็นการพัฒนา ส่งเสริม องค์ความรู้ผ้าไทยท้องถิ่นสู่การส่งเสริมเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว การศึกษาวิจัยการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าทอพื้นเมือง เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนหนึ่งมุ่งหวังถึงการพัฒนาสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ด้านต้นแบบทางธุรกิจ (Business Model) สำหรับผู้ประกอบการผ้าทอพื้นเมืองเพชรบูรณ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดทำโครงการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าทอพื้นเมืองเพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการผ้าทอพื้นเมืองให้มีความพร้อมในการรองรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์อย่างยั่งยืน และเพิ่มทางเลือกของการเลือกซื้อสินค้าประเภทของฝากในเรื่องการท่องเที่ยวด้านการช้อปปิ้ง (Shopping) ที่ได้จากการเพิ่มมูลค่าสินค้าผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์

คำถามการวิจัย

แนวทางการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์สู่เชิงพาณิชย์เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

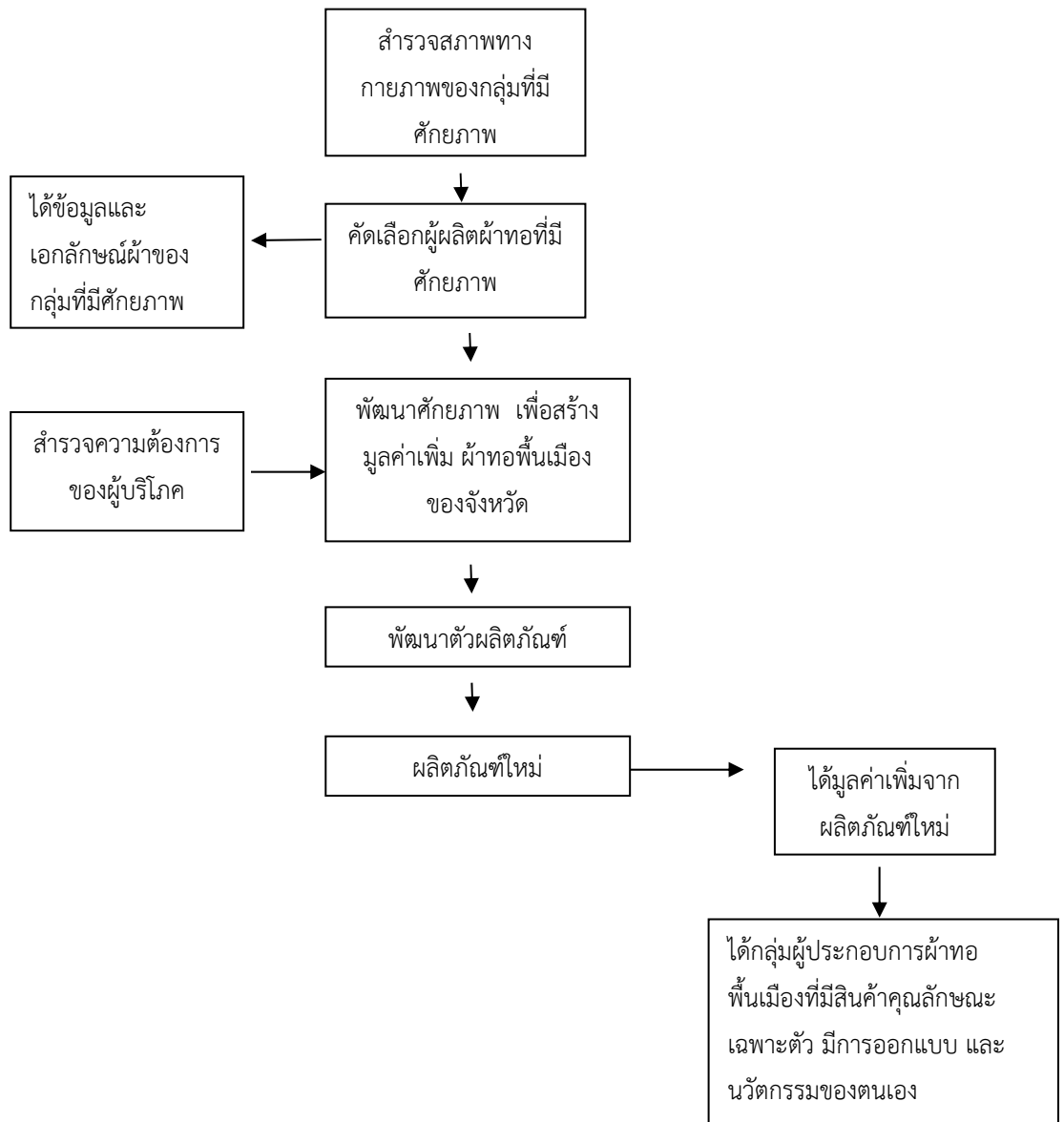
เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์สู่เชิงพาณิชย์

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์นี้มุ่งเป้าไปที่ การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในด้านการผลิต ด้านการตลาด และการรวมกลุ่มของผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง จะต้องศึกษาใน 4 ประเด็นหลัก คือ

1. สำรวจสภาพทางกายภาพของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง
2. คัดเลือกกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองที่มีศักยภาพ และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (Product Champion)
3. พัฒนาศักยภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ผ้าทอพื้นเมือง
4. แนวทางการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้น จากการปรับปรุง หรือพัฒนา ตัวผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการผลิต การปรับขนาดของตัวผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงสีสันทนของตัวผลิตภัณฑ์ เป็นต้นซึ่งสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 -1 ภาพกรอบแนวคิดของการวิจัย

ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์
ศึกษาบริบทของพื้นที่อำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า

1. ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยได้จำแนกขอบเขตด้านประชากร ดังนี้

1.1 กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มในเขตพื้นที่อำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่าจังหวัดเพชรบูรณ์

ซึ่งเป็นประชากรเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่าจะใช้ในการศึกษา (ชาย โพลิตา, หน้า 212) ได้แก่ 1) กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก 2) กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก 3) กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดิว อำเภอหล่มสัก 4) กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า 5) กลุ่มทอผ้าบ้านภูผกไข่ อำเภอหล่มเก่า 6) กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศ อำเภอหล่มเก่า รวม 6 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 กลุ่ม (เลือกแบบเจาะจง) คัดเลือกกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองที่มีศักยภาพ และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (Product Champion) ของกลุ่ม เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

1.2 กลุ่มผู้บริโภคผ้าทอพื้นเมือง

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองอำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้ศึกษาข้อมูลจากที่รวบรวมไว้จากหนังสือ วารสารบทความทางวิชาการ บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ ศิลปะนิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และการวิเคราะห์การเพิ่มมูลค่า

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองอำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มสัก จำนวน 7 กลุ่ม คือการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองที่มีความชำนาญการเกี่ยวกับการทอผ้าไทหล่ม และมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญของวัฒนธรรมการทอผ้าของชาวหล่มเก่าและหล่มสัก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ และสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม ประเพณี และการทอผ้า ของชาวหล่มสักและหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ขั้นตอนนี้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยการลงเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ พื้นฐานบริบทชุมชนและความเป็นมาของและศึกษากระบวนการผลิต ใข้อุปกรณ์ประกอบการสัมภาษณ์ ได้แก่ กล้องถ่ายรูป และการจดบันทึก วิธีการสัมภาษณ์ ได้แก่ การสังเกต พูดคุย สอบถาม โดยใช้แนวคำถามแบบไม่เป็นทางการในการสนทนา และข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ จำนวน 30 คน คือ ผู้ที่สนใจผ้าทอพื้นเมือง ผู้ที่ทอผ้าพื้นเมืองที่มีความรู้ ผู้ที่สัมผัสและใกล้ชิดกับผ้าทอพื้นเมือง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ โดยผู้วิจัยจะนำมาสรุปผลและวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา (Development) หมายถึง การนำผ้าทอพื้นเมืองของกลุ่มทอผ้าไทหล่ม ของเขตพื้นที่อำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ มาทำการออกแบบเพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง โดยผ่านการพิจารณาการศึกษาสภาพปัญหา ข้อจำกัดของกลุ่มชุมชน ผ่านผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งความต้องการผู้บริโภค

การสร้างมูลค่า (Value creation) หมายถึง เป็นการใช้ความได้เปรียบหรือการนำจุดแข็งที่มีอยู่ มาสร้างสรรค์ให้กับสินค้าหรือบริการ ส่งผลให้ยากต่อการเลียนแบบ โดยการมองสินค้าให้เป็นกระบวนการ และพิจารณาว่าในแต่ละกระบวนการนั้น จะสร้างมูลค่าได้อย่างไร โดยวิธีใด

ผ้าทอพื้นเมือง (Woven fabric) หมายถึง ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ที่ยังไม่ได้แปรรูป หรือแปรรูปแล้วในทุกรูปแบบ ทุกชนิดที่ผลิตในชุมชนของอำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า ที่ทอด้วยเครื่องมือที่ใช้ทอผ้าให้เป็นพื้น ได้แก่ กี่พื้นเมือง กี่กระตุก ผ้าไทหล่ม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองไทหล่ม ของจังหวัดเพชรบูรณ์
2. ด้านวิชาการ ได้องค์ความรู้ที่ชุมชนและท้องถิ่นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. ด้านนโยบาย หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย ดำเนินงาน
4. ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ สามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน
5. ด้านสังคมและชุมชน ครอบครัวและชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน
6. การเผยแพร่ มีการเขียนบทความวิชาการเผยแพร่

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ความเป็นมาของชาวไทหล่มของจังหวัดเพชรบูรณ์
- 2.2 แนวคิด พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
- 2.4 แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความเป็นมาของชาวไทหล่ม ของจังหวัดเพชรบูรณ์

คำว่า “ไทหล่ม” มีความหมายว่า กลุ่มชนที่อาศัยอยู่บริเวณอำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า เป็นกลุ่มชนที่อยู่ในวิถีชีวิตวัฒนธรรมลาว คำว่า “ไทหล่ม” ไม่ได้หมายถึงเชื้อชาติลาว ไทย-เขมร แต่มีความหมายถึงกลุ่มคนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเมืองหล่ม คำว่า “ไท” ในความหมายดั้งเดิมภาษาหล่มนั้น หมายความว่า “คน” เช่น เมื่อเราอยากจะทราบว่าเขาเหล่านั้นเป็นคนถิ่นไหน ก็ใช้คำถามเป็นภาษาหล่ม ว่า “เจ้าเป็นไทบ้านใด” (คุณเป็นคนบ้านไหน) และอาจมีคำตอบว่า “ซ้อยเป็นไทบ้านเหนือ” ฉะนั้นคนบ้านเหนือ เป็นต้น ดังนั้นคำว่า “ไทหล่ม” จึงหมายความว่า “คนหล่ม” นั้นเอง ตามข้อสันนิษฐานของสมเด็จพระยาดำรงสุภาพ ไทหล่มนั้น เป็นลาวพุงขาว เช่นเดียวกับชาวมณฑลอุดร ซึ่งนิยมสกลายสีด้าเหนือหัวเข่า แต่ไม่ถึงพุงเหมือนชาวล้านนา ซึ่งก็เรียกต่างกันไปว่า “ลาวพุงดำ” สำเนียงภาษา ไทหล่มจะเรียกตนเองว่าเป็นคนลาว มีวัฒนธรรมลาวที่ชัดเจนมากทางด้านภาษาพูด บริเวณเมืองหล่มเก่า และเมืองหล่มสักนั้น มีการรวมตัวกันของวัฒนธรรมลาวหนาแน่นและหลากหลาย แต่ที่สำคัญนั้นมีอยู่ 2 ตระกูล คือ ตระกูลลาวหลวงพระบางและตระกูลลาวเวียงจันทร์ ถ้าจะแยกลาวสองตระกูลนี้ ต่างกันด้านสำเนียงการพูดเท่านั้น นอกนั้นก็เหมือนกันเกือบทั้งหมดภาษาลาวสำเนียงหลวงพระบาง คือ สำเนียงที่ใช้พูดกันมากบริเวณจังหวัดเลย หรือที่เรียกกันว่า “ภาษาไทเลย” ส่วนสำเนียงเวียงจันทร์นั้นก็ เป็นอีกสำเนียงหนึ่งที่ใช้พูดกันบริเวณจังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น ชัยภูมิ และอื่นๆ ในเมืองหล่มบริเวณที่พูดภาษาสำเนียงหลวงพระบาง ได้แก่ ในอำเภอหล่มเก่าบ้านนาซำ บ้านหินกลิ้ง บ้านตาดกลอย เป็นต้น ในอำเภอหล่มสัก ได้แก่ บ้านน้ำก้อ บ้านสักงอย บ้านบุงยาง เป็นต้น ส่วนสำเนียงเวียงจันทร์ ในอำเภอเวียงจันทร์ ในอำเภอหล่มเก่า ได้แก่ บ้านนาแซง บ้านพรวน เป็นต้น ในอำเภอหล่มสัก ได้แก่ บ้านฝายนาแซง บ้านติ้ว บ้านห้วย บ้านน้ำดุก บ้านโสก เป็นต้น (สมพิศ สายบุญขึ้น และสฤติ คำมี . 2560)

“เมืองหล่ม” หรือ อำเภอหล่มเก่าและอำเภอหล่มสัก ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นบริเวณราบลุ่ม มีเทือกเขาล้อมรอบทั้งสามด้าน ได้แก่ด้านทิศเหนือ ด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหาร ชื่อเมืองหล่ม แต่เดิมนั้น เรียกว่า “เมืองลุ่ม” คำว่า “ลุ่ม” ถ้าออกเสียงตามสำเนียงพื้นถิ่นจะต้องออกเสียงว่า “ลุ่ม” ในภาษาพื้นเมืองหล่มสักและภาษาพื้นเมืองภาคเหนือรวมถึงประเทศลาว หมายถึง “ข้างล่าง” เช่น มีคำที่ชาวหล่มสักใช้เรียกบริเวณใต้ถุนเรือนว่า “ใต้ลุ่มใต้ล่าง” ในภาษาเหนือเรียก “ใต้ลุ่ม” ซึ่งก็หมายถึง “ข้างล่าง” นั่นเอง แต่ถ้าแปลความหมายตามภาษาไทยกลาง หมายถึง บริเวณที่ลุ่มต่ำมีลักษณะเป็นแอ่งหรือบริเวณที่ราบลุ่มซึ่งก็ตรงกับลักษณะของพื้นที่ที่ตั้งของอำเภอหล่มสักและหล่มเก่าเพราะตั้งอยู่ระหว่างอ้อมกอดของภูเขามีสลักษณะเป็นแอ่งกระทะ ชื่อของเมืองลุ่มมีปรากฏอยู่ในตำนานหรือนิทานหลายเรื่อง เช่น เรื่อง ท้าวคชนามหรือท้าวคชนามซึ่งได้กล่าวพ่วงท้ายก่อนจะจบเรื่องด้วยบางสำนวน เล่าว่า “ท้าวคชเนก และ ท้าวคชจันทร์ ซึ่งเป็นบุตรของท้าวคชนามเป็นผู้มีอิทธิฤทธิ์มาก ทั้งสองวิวาทกันทำศึกจนสะเทือนไปทั้งโลกและจักรวาล เคียดร้อนไปถึงหมู่เทพเทวา เทวดาทั้งหลายจึงไปเฝ้าพญาแลน ให้มาห้ามทัพ พญาแลนเล็งเห็นว่าท้าวคชเนกนั้นสิ้นบุญมีชะตาขาดแล้ว จึงได้บันดาลลมมิดแล (มิดโกน) ไปยังกองทัพของทั้งสองพี่น้อง และลมมิดแลนั้นก็พินาศท้าวคชเนกสิ้นชีวิตตกลงบนแผ่นดิน ร่างท้าวคชเนกกลายเป็นภูเขาคือว่า “ภูจอมลี” เป็นภูเขายู่กลางเมืองหลวงพระบาง ศิระะตกลงดินกลายเป็นพญานาค เลื้อยตกลงมาเป็นก้อนสีแดงเรียกว่า “ภูครั่ง” ร่างอีกส่วนหนึ่งตกลงมากระทบแผ่นดินเป็นหลุมใหญ่ในหุบเขา ภายหลังกลายเป็นเมืองเรียกว่า “เมืองลุ่ม” ซึ่งก็ได้แก่เมืองหล่มเก่าและเมืองหล่มสักในปัจจุบัน

เรื่องเล่าดังกล่าวถึงแม้จะเป็นเพียงแค่อ่านแต่ก็ได้ให้ความหมายลึกซึ้งใน เงื่อนไของ ความเชื่อและนำเสนอให้เราเห็นว่า “เมืองลุ่มหรือเมืองหล่มนั้นก็มีความสัมพันธ์ในทางเชื้อชาติ ประวัติศาสตร์ ร่วมกับผู้คนในดินแดนแคว้นล้านช้างหลวงพระบางและเวียงจันทร์ด้วยกันนั้นเอง” ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของเมืองหล่มนั้น คนหล่มเองก็ไม่เข้าใจแจ่มแจ้งมากนักเพราะ พัฒนาการของเมืองหล่มนั้นเกิดขึ้น จากชุมชนเล็ก ๆ ระดับหมู่บ้านแล้วเจริญขึ้นเป็นเมืองตามครรลองของสังคม เมืองหล่มไม่ใช่เมืองสำคัญที่รัฐบาลจะต้องทุ่มเทสรรพกำลังในการก่อตั้งเมือง เหมือนเมืองสำคัญอื่น ๆ เช่น เมืองเพชรบูรณ์ ที่มีลักษณะเป็นเมืองที่มีคูน้ำและกำแพงเมืองชัดเจน จะสังเกตได้ว่าในบริเวณเมืองหล่มทั้งหล่มเก่าและหล่มสักนั้น ไม่ปรากฏมีร่องรอยของคูน้ำคันดิน หรือซากกำแพงเมืองให้เห็นอยู่เลยนอกจากบริเวณเมืองเก่านครเดิบบ้านดงเมือง อำเภอหล่มสักซึ่งเมืองดังกล่าวนี้ก็เหลือเพียงเศษซากกำแพงเมืองและคันดินให้เห็นพอเลือนราง แต่ก็ยังเป็นโบราณสถานที่อยู่ภายนอกเมืองหล่มและเยื้องไปทาง เมืองเพชรบูรณ์ และโบราณสถานบ้านดงเมืองนี้อาจจะมีอายุเก่าแก่กว่าพัฒนาการของเมืองหล่มก็เป็นได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ไม่ได้หมายความว่าเมืองหล่มไม่ใช่เมืองสำคัญมาแต่สมัย โบราณ แต่เป็นเพราะการได้เปรียบทางด้านสภาพภูมิประเทศมากกว่าที่เมืองหล่มได้ตั้งอยู่ในชัยภูมิที่ดี จึงไม่ปรากฏว่าเมืองหล่มจะถูกคุกคามทางด้านสงครามเลยแม้แต่น้อย ถ้าหากจะกล่าวว่าเมืองหล่มเป็นเมืองของ

ชาวบ้านก็คงจะไม่เสียหาย เพราะเป็นเมืองระดับชาวบ้านจริง ๆ และก็เป็นอย่างนี้มาช้านานจนถึงปัจจุบันเพราะการปกครองถึงจะมีระบบเจ้าขุนมูลนายเข้ามาในสมัยหลังอยู่บ้าง แต่ดั้งเดิมนั้นชาวหล่มก็ปกครองกันเองโดยใช้ระบบอิทธิพลสองครองสิบสี่ตามแบบอย่างที่ได้มาจากเวียงจันทร์แต่ก็ไม่ปรากฏว่าเมืองหล่มนั้นผูกขาดอยู่ภายใต้อำนาจของเวียงจันทร์หรือ อยุธยาแน่นอนเพราะเป็นดินแดนที่ตั้งอยู่ระหว่างชายแดน และการอพยพเคลื่อนย้ายของกลุ่มชนจากดินแดนล้านช้างเข้าสู่บริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสักตอนบน คือบริเวณเมืองหล่มเก่า หล่มสักเป็นเหตุให้ทั้งสองอาณาจักรได้ ตกลงแบ่งปันเขตแดนโดยมีพระธาตุศรีสองรักเป็นหลักบอกเขตดังนี้

เห็นจนปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าชาวเมืองหล่มจะต้องเลือกผู้นำขึ้นมาเองโดยการตัดสินใจของกลุ่มชน หรืออาจจะเลือกผู้นำที่สืบเชื้อสายมาจากผู้นำคนเดิมที่ได้รับการแต่งตั้ง ขึ้นก่อนที่จะอพยพโยกย้ายถิ่นจากถิ่นเดิมคือดินแดนล้านช้าง เข้าสู่ดินแดนลุ่มแม่น้ำป่าสัก ซึ่งผู้นำหรือผู้ปกครองเมืองหล่มนั้นมีชื่อเรียกว่า “อุปฮาด” ซึ่งต่อมาภายหลังนิยมเรียกว่า “ปู่เฒ่า” “เจ้าปู่” ซึ่งตำแหน่งอุปฮาดนั้นก็ตรงกับตำแหน่งเจ้าเมืองในการปกครองระบอบ อาญาสี่ของเวียงจันทร์ และหลวงพระบาง ซึ่งอยู่ในความทรงจำของประชาชนที่ยังคงมีความศรัทธาอยู่ในระบบจารีตประเพณี ดังเดิมตามบรรพบุรุษผู้ที่เคยอาศัยอยู่ในราชอาณาจักรล้านช้างนั่นเอง ตำแหน่งทางการปกครองดังกล่าวนี้ยังมีชื่อปรากฏอยู่จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับพิธีบรรพบุรุษของชาวเมืองหล่ม ซึ่งในเทศกาลงานบุญประเพณีบุญบั้งไฟจะมีการอัญเชิญดวงวิญญาณที่มีชื่อปรากฏ เกี่ยวข้องกับระบบการปกครองแบบอาญาสี่ ได้แก่ “เจ้าปู่” “มเหศักดิ์” “หลวงศรี” “ศรีหวงษ์” “แสน” “ท้าว” “นาง” ซึ่งชื่อที่ปรากฏดังกล่าวเกี่ยวข้องกับชื่อของ เทวดา ชื่อตำแหน่ง และคำนำหน้าเรียกบุคคลสำคัญต่าง ๆ ในสมัยโบราณ โดยเฉพาะกลุ่มชนที่พูดภาษาตระกูลลาวร่วมสมัยกับการสร้างพระธาตุศรีสองรัก ในบริเวณอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย “จากการสำรวจของนักโบราณคดีเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมลาวล้านช้างในภาคกลาง กล่าวว่าพระธาตุเจดีย์วัดโพนชัย ต.บ้านหวาย มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมร่วมสมัยเดียวกันกับเจดีย์ศรีสองรัก” กล่าวคือ ประมาณปี พ.ศ.2090 สมเด็จพระมหาจักรพรรดิแห่งกรุงศรีอยุธยา และสมเด็จพระเจ้าชัยเชษฐาธิราชแห่งกรุงศรีสัตนาคนหุต ล้านช้าง ได้กระทำสัตย์ปฏิญาณต่อกันคือได้ร่วมกันก่อสร้างพระธาตุศรีสองรัก ไว้เป็นพยานว่าจะไม่รุกรานฆ่าฟันกันทำสัญญาว่าจะเป็นบ้านพี่เมืองน้องกัน อาจจะเป็นไปได้ว่าพระเจ้าชัยเชษฐาธิราชมีเชื้อสายมาจากทางราชวงศ์ล้านนาเชียงใหม่ และในสมัยเดียวกันนั้นทั้งสองนครก็ถูกทัพพม่ามาตีอยู่เนืองนิจ ฉะนั้นทั้งสองนครจึงทำไมตรีต่อกันเพื่อช่วยเหลือกันทำสงคราม และพระธาตุศรีสองรักก็เปรียบเสมือนเสาหลักปักแดนระหว่างสองพระนคร ด้วยเหตุนี้ประชาชนชาวล้านช้างก็อพยพมาจากนครหลวงพระบางลงมาตั้งหลักแหล่งทำมาหากินในแถบเมืองหล่มสักเดิมเรียกเมืองลุ่ม สมเด็จพระมหาจักรพรรดิราชานุภาพ ทรงสันนิษฐานว่าพวกราษฎรชาวศรีสัตนา คนหุตได้มาพำนักอยู่ก่อนแล้ว ก่อสร้างเจดีย์สถานไว้สำหรับเพื่อนบ้าน เหตุที่พากันมาอยู่สร้างเมืองลุ่มนี้ ก็เพราะหนีภัยต่างๆ เมื่อมีจำนวนคนเพิ่มขึ้นก็เกิดเป็นบ้านเมืองในที่สุดเกิดมีผู้ปกครองแต่ไม่ได้เรียกว่าเจ้าเมือง ใช้คำพื้นเมืองเรียกว่า “อุปฮาด” ตามภาษา

พื้นเมืองที่ซึกันเป็นชื่อตำแหน่งเจ้าเมืองของชาวศรีสัตนาคนหุต (ล้านช้าง)ยุคสร้างบ้านแปงเมือง เดิมเมืองลุ่มนั้นเป็นเมือง เล็กๆ ไม่ค่อยที่จะมีผู้คนรู้จักสักเท่าใดสาเหตุที่เรียกชื่อเมืองว่า เมืองลุ่มก็คือ มีผู้คนอาศัยอยู่ในที่ราบลุ่ม หรืออีกสาเหตุหนึ่งคำว่าลุ่มในภาษาพื้นเมืองหล่ม ออกเสียงว่า ลุ่ม หมายความว่า ช้างล่าง ดังที่ชาวเมืองหลวงพระบางเรียกพวกตนว่า ลาวลุ่ม หมายถึง เป็นกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ข้างล่างหรือบนพื้นราบนั่นเอง เพื่อให้แตกต่างไปจากกลุ่มชนที่อาศัยอยู่บนที่สูง ก็คือ ชนเผ่าลัว่ ข่า ม้ง ฯลฯที่ถูกเรียกว่าเป็น ลาวเทิง และลาวสูง คล้ายกับชาวภาคเหนือของไทยที่เรียกพวกตนว่า“คนเมือง” นั่นเอง คำว่าเมืองหล่มสักฟังจะมาปรากฏในช่วงสมัยรัชกาลที่ 3 คือ ในสมัยที่ปราบกบฏเจ้าอนุวงศ์เวียงจันทน์ เจ้าอนุวงศ์ได้ส่งทัพเจ้าราชวงศ์มายึดเอาเมืองลุ่ม อุปฮาดหรือเจ้าเมืองลุ่มมีกำลังน้อย จึงต้องยอมสวามิภักดิ์ต่อเจ้าราชวงศ์ เมื่อกองทัพของพระยาอภัยภูธรกับพระยาพิชัยไปถึงเมืองลุ่ม นายคงผู้เป็นชาวพื้นเมืองลุ่ม(หล่มเก่า)อาสานำทัพของพระยาอภัยภูธรกับพระยาพิชัย ขึ้นไปถึงเมืองหนองบัวลำภู แต่ก็มิได้ทำศึกเพราะทัพของเจ้าพระยาบดินทร์เดชาปราบเรียบร้อยแล้ว ทัพไทยจับอุปฮาดเจ้าเมืองลุ่มได้จึงสำเร็จโทษเมื่อเสร็จสิ้นศึก นายคงชาวพื้นเมืองลุ่มจึงมีความดีความชอบจึงได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น พระสุริยวงศาชนะสงครามรามภักดีวิริยะกรมพาหะเป็นผู้สร้างเมืองหล่มใหม่ขึ้นบริเวณบ้านท่ากอโก๊พีและเป็นเจ้าเมืองหล่มสัก ท่านแรกเดิมเรียกเมืองหล่มใหม่หรือเมืองหล่มสักดี ต่อจากนั้นมา ในช่วงปรับปรุงปกครองในระบอบเทศาภิบาลในสมัยรัชกาลที่ 5 เมืองหล่มสักก็ได้รับการยกขึ้นเป็นจังหวัดและขึ้นอยู่กับมณฑลออุตรและมณฑลพิษณุโลกต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 7 เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจจังหวัดหล่มสักจึงได้ถูกโอนย้ายมาเป็นอำเภอหนึ่งของ จังหวัดเพชรบูรณ์เมืองหล่มสักนั้นเป็นเมืองพิเศษ คือมิได้เป็นเมืองที่พระมหากษัตริย์ทรงสร้างขึ้นแต่หากเป็นเมืองที่ประชาชนชาวเมืองได้ร่วมกันก่อตั้ง เริ่มพัฒนาการจากจุดเล็กๆ จนกลายเป็นเมืองใหญ่ในระดับหนึ่ง อาจจะเป็นเพราะสภาพภูมิประเทศอันอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก และการทำมาหากินของชาวบ้าน และตลอดจนการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าจึงทำให้เกิดเศรษฐกิจภายในชุมชนขึ้น ซึ่งอาจจะสังเกตได้ว่าเมืองหล่มสักมีพัฒนาการค่อนข้างเรียบง่าย ผิดแปลกไปจากเมืองสำคัญอื่นๆ ที่เป็นเมืองที่ได้รับการสนับสนุนเร่งรัดจากสังคมรัฐและสังคมการปกครองชั้น สูงมากกว่าสังคมชาวบ้าน

ด้วยเหตุผลนี้จึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาและวิจัยในเรื่องของความเป็นมาและ พัฒนาการของเมืองหล่มสัก ดังที่กล่าวมาแล้วว่า เป็นเมืองที่มีประวัติและวิวัฒนาการมายาวนานหลายยุคหลายสมัยที่ศึกษาได้จาก โบราณสถานและโบราณวัตถุที่ยังคงเหลืออยู่เต็มทีและจากตำนานท้องถิ่น

อำเภอหล่มสักมีประวัติความเป็นมายาวนาน ในยุคแรกเกิดขึ้นพร้อมกับกรุงสุโขทัย ซึ่งมีหลักฐานอยู่ที่บ้านห้วยโป่ง ตำบลบ้านหวาย อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของเมืองราดเมืองพ่อขุนผาเมือง ซึ่งได้ร่วมกับพ่อขุนบางกลางหาว เจ้าเมืองบางยาง (นครไทย) ขับไล่ขอมและสถาปนากรุงสุโขทัยเป็นราชธานีแห่งแรก ในยุคที่สองเกิดขึ้นในสมัยตอนต้นกรุงธนบุรี ได้มีพระราชโองการให้พระยาจักรีไปปราบกบฏเจ้าอนุวงศ์ และได้ชัยชนะกวาดต้อนผู้คนจากเวียงจันทน์มาด้วย ได้

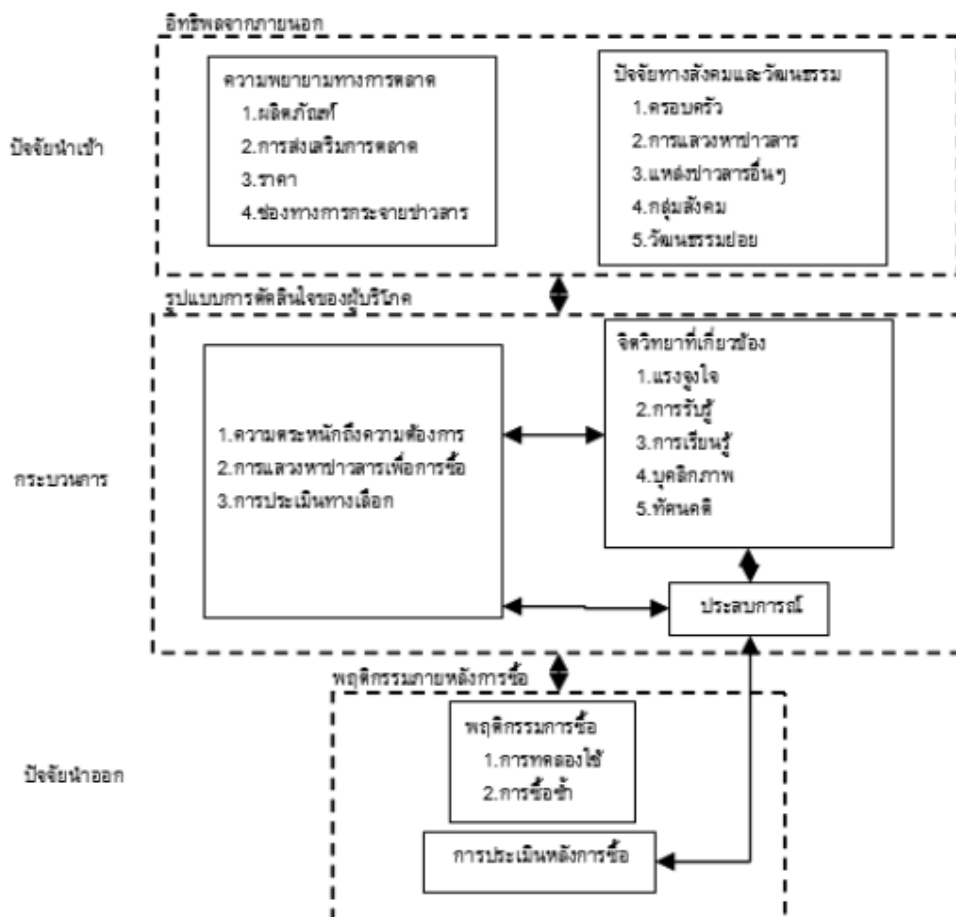
ตั้งถิ่นฐานและรกรากครั้งแรกที่เมืองหล่มเก่า ต่อมาย้ายมาอยู่ที่บ้านจี้ควาย จนถึงสมัยพระสุริยวงศาเห็นว่าเป็นที่ตั้งไม่เหมาะสม จึงย้ายมาอยู่ที่บ้านโพธิ์ (ท่ากโกโพธิ์) และตั้งชื่อเมืองใหม่ว่า “อำเภอดัดป่า” (อนุชา เทวราชสมบูรณ และคณะงานวิจัยวัฒนธรรมของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2544) ต่อมามีพระราชกฤษฎีกา ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2481 เปลี่ยนชื่อมาเป็น “อำเภอหล่มสัก” จนถึงปัจจุบัน กลุ่มชนอำเภอล่มสักมีความเป็นมาของบรรพบุรุษที่มีความสัมพันธ์กับประเทศลาว ในปัจจุบันมาก จึงทำให้ความเป็นอยู่ ตลอดจนประเพณี วัฒนธรรมด้านภาษา การแต่งกาย และ ความเป็นอยู่คล้ายคลึงกันทั้งในเกือบทุกหมู่บ้าน และมีวัฒนธรรมเป็นของตนเองอย่างเห็นได้ชัด ด้านภาษาพูดเป็นภาษา “สำเนียงลาว” ตามภาษาดั้งเดิมของชาวหล่มสัก ที่มีบรรพบุรุษอพยพมาจากเวียงจันทน์ และหลวงพระบางในอดีต มีนิทานพื้นบ้าน ตำนานต่างๆ เกี่ยวกับนางสิงขรเทวี ตำนานวัดโนนสาวเอ้ ตำนานบ้ำโสก มีลักษณะคล้ายประเทศลาวและภาคอีสานของไทย มีประเพณีที่เกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา และลัทธิพราหมณ์เป็นจำนวนมาก เช่น การกินตอง การทำบุญขึ้นบ้านใหม่ การบวชพระ การทำบุญเบิกบ้านหรือการทำบุญคุ้ม การจัดงานศพ การทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา และประเพณีที่เกิดจากความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มีอนุสาวรีย์บุคคลสำคัญ ได้แก่ อนุสาวรีย์พ่อขุนผาเมือง ศาลเจ้าพ่อกกไทร ศาลเจ้าพ่อผาแดง ศาลหลักเมือง (บ้านบุงน้ำเต้า) การแห่นางแมว การจุดบั้งไฟ ตะไลเพื่อขอฝน การเล่นแม่นางดั่ง แม่นางกวัก แม่นางเชือก การรำสือแบบลาน การละเล่นแมงต๋ับเต่า และประเพณีอื่นๆ เช่น การรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่วัย มีแหล่งข้าวสารดำ ที่บ้านห้วยโป่ง และอ่างเก็บน้ำปากห้วยขอนแก่น ที่วังขอนแก่นหมู่ที่ 8 อาหารดีมีชื่อของเมืองหล่มสัก เช่น ข้าวหลาม ไก่ย่างข้าวเบือ ข้าวเหนียวที่บ้านบุงน้ำเต้า ลาบเป็นอันลือชื่อที่บ้านสักหลง ขนมหินหล่มสัก เป็นต้น

2.2 แนวคิด เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย และมีความครอบคลุมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งมีความสัมพันธ์กับศาสตร์ทางการตลาด ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์โดยยึดตามแนวคิดของ Lamb Hair and Mc Daniel 1992 ; Solomon 1996 ; Mowen and Minor 1998 ; สุภร เสรีรัตน์ 2540 ; ดารา ที่ปะปาล 2542 และสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาองค์ประกอบของการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสองภาษาในจังหวัดพิษณุโลก

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการมีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้ สึกนิกคิตของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อและปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ซื้อ ทำให้เกิดการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) โดยการที่ จะซื้อหรือไม่ซื้อ ซื้อตราสินค้าอะไร ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร และซื้อเพราะเหตุใด จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้ อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้จึงเรียกว่า S-R Theory ได้เช่นกัน ดังแผนภาพต่อไปนี้ เป็นพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Schiffman and Kanuk,2007,อ้างใน ปวิณ พงษ์โอกาส และคณะ (2555))



ภาพที่ 2-1 ภาพแบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค Schiffman and Kanuk,2007, pp.512 – 529

จากภาพ 2.1 สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งนักการตลาดจะต้องเข้าใจ และจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Buying Motive) สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดใช้กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคสามารถควบคุมได้เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งให้มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถเก็บได้นาน และการออกแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสะดวกในการรับประทานมากขึ้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาขายให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง การจัดสถานที่เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ หรือ จัดสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีอย่างแพร่หลาย ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่าย

1.1.4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การจัดกิจกรรมให้ได้ทดลองชิมบริเวณชุ่มจำหน่าย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการ และอยากทดลอง หรือมีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอการใช้ความพยายามของพนักงานขายการตลาดแจกแถมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ (Economic) เช่น สภาพทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคจะมีอิทธิพลควบคุมความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เช่น การนำใช้ Barcode และ Credit Card

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง (Law and Political)

เช่น การเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือภาษีก็จะส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าใดสินค้านั้น และจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม (Cultural) เช่น การรักษานขนบธรรมเนียม งาน

ประเพณีและการจัดเทศกาลต่างๆ ก็จะส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคตามเทศกาลนั้น

2. กล่องดำ เปรียบเสมือนความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถที่จะทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาและเข้าใจในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาและปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) จะประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ คือ การค้นหาข้อมูล การรับรู้ปัญหาและความต้องการ การประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) คือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ประเด็นต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ มีดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount)

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ และเพื่อการจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะและความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลมาจากสิ่งใดบ้าง เช่น ทราบความต้องการลักษณะของลูกค้านั้นเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ ให้กระตุ้นและให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้องลักษณะของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยามีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อยและชั้นของสังคมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล โดยเป็นที่ยอมรับจากบุคคลรุ่นหนึ่งไปถึงอีกรุ่นหนึ่ง

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) จะเป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วยกลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) กลุ่มศาสนา (Religious Groups) กลุ่มสีผิว

1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน การแบ่งชนชั้นของสังคม โดยทั่วไปใช้อำชีพ รายได้ ความร่ำรวยและการศึกษาชั้นสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะอย่าง

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมีดังนี้

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล

2.2 กลุ่มครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มบุคคลจะมีบทบาทและสถานะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Personal Factors Influencing Consumer Behavior) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิตดังนี้

3.1 อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบแฟชั่น

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle: FLC) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันโดยมีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงินและความสนใจของแต่ละบุคคล

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการใดเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพ ประเภทใดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่าง

เหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อโอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้การออมทรัพย์อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน เช่น ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้ต่ำกิจการต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่ายการตัดราคา

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึงความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิตหมายถึงรูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรมความสนใจและความคิดเห็น

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาความต้องการจะกลายเป็นแรงจูงใจเมื่อถูกกระตุ้นในระดับที่เพียงพอ

4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นความต้องการ การกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติตามเพื่อบรรลุความพอใจ

4.2 การรับรู้ (Perception) หรืออาจหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่

4.3 การเรียนรู้ (Learning) การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่เกิดมาจากการประสบการณ์ที่ผ่านมา

4.4 ความเชื่อ (Belief) และทัศนคติความเชื่อถือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

นักการตลาด จำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของการตัดสินใจซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยภายนอกที่เป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการพิจารณาถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค สามารถนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการของบุคลากรหรือพนักงาน และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

จากแนวคิดของพฤติกรรม ที่เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการที่กล่าวมา ผู้วิจัยสนใจที่จะสำรวจความต้องการสินค้าผ้าทอพื้นเมืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ซึ่งจะกล่าวต่อไป

2.3 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันทางการตลาดปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่จะรักษาความเป็นผู้นำการตลาดไว้ได้ตลอดไป ผู้ผลิตจึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ตลอดเวลา จากการทบทวนวรรณกรรมได้มีผู้ให้ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ไว้ดังนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543) ให้ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่คือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบริเริ่ม การปรับปรุงของธุรกิจให้มีคุณสมบัติดีขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะดังนี้ 1) มีลักษณะริเริ่ม หรือเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยสามารถสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้ 2) ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม แต่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม อย่างเห็นได้ชัด หรือมีการการปรับปรุงใหม่ (Modified Product) 3) ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใหม่สำหรับบริษัท แต่เก่าสำหรับสินค้านั้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development : NPD) หมายถึง การทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะและปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น พิบูล ธิปะปาล (2547) ได้นิยามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อตลาดใหม่ที่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพื่อผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพสูง ราคาต่ำ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประกอบด้วยการค้นคว้าและประเมินความคิด การเลือกแนวความคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เชื่อว่าจะประสบผลสำเร็จมากที่สุด การกำหนดโปรแกรมการตลาด การนำผลิตภัณฑ์เพื่อทดสอบตลาดรวมทั้งการแนะนำผลิตภัณฑ์ พงษ์ ภาวิจิตร (2548) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการทำสิ่งใหม่และเป็นสิ่งใหม่ในตนเอง ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (2548) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจสังคม Crawford and Benedetto (2011) อ้างใน ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) ได้สรุปความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีการผลิต 2) ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดสายผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายผลิตภัณฑ์เดิม 4) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ 5) การปรับปรุงภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

จากความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ที่นักวิชาการได้กล่าวไว้ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยสามารถตอบสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้

ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) มีความสำคัญต่อกิจการดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2544)

1) การทดแทนผลิตภัณฑ์เก่าของกิจการนั้นคือ ผลิตภัณฑ์เดิมที่วางตลาดไปแล้ว โดยปกติจะมีอายุขัย เช่นเดียวกับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ตามแนวคิดและข้อเท็จจริงในเรื่อง “วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์” (Product Life Cycle) ดังนั้น เมื่อผลิตภัณฑ์ตัวเดิมเสื่อมความนิยมหรือกำลังจะตาย กิจการก็จำเป็นต้องหาผลิตภัณฑ์ใหม่มาแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิม

2) ความอยู่รอดของการเจริญเติบโตของกิจการ ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของกิจการนั้นๆ กิจการใดก็ตามที่หวังพึ่งเฉพาะผลิตภัณฑ์เก่าๆ ที่เคยจำหน่ายอยู่เดิมก็จะต้องเลิกกิจการหรือเลิกการขายผลิตภัณฑ์นั้น

3) ผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยตัวหนึ่งในการดำเนินความสามารถในการทำกำไรให้กับกิจการ ไม่ว่าจะเป็นว่าจะออกมาในรูปแบบอัตราผลตอบแทนทางด้านกำไร หรือในรูปแบบของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

4) การตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค ในปัจจุบันความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ลักษณะความต้องการนับวันแต่จะมีมากขึ้น และเปลี่ยนแปลงและเพิ่มความสับสนยิ่งขึ้นตลอดเวลา ผู้บริโภคจึงต้องการที่จะมีผลผลิตใหม่ๆ เข้าในตลาดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ทำการเลือกสรรได้มากขึ้น

5) ผลิตภัณฑ์วางตลาดโดยทั่วไปๆ ไปมักจะมีอายุสั้นมาก ประกอบกับการหาแนวคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสิ่งที่ทำได้ยากยิ่งขึ้น โดยการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องทุ่มเงินเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการตัดสินใจทางด้านผลิตภัณฑ์ใหม่จึงเพิ่มความสำคัญยิ่งขึ้น

6) ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการหรือเทคโนโลยีเป็นตัวเร่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เดิมตายเร็วยิ่งขึ้นหากกิจการไม่หาทางออกที่เป็นปัญหาได้ทันการณ์ และเตรียมรับมือด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผ่านการศึกษาวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนแล้ว โอกาสที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโตตามที่ต้องการก็จะเป็นไปได้ยาก

ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Development) มีความสำคัญต่อกิจการดังนี้ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555)

1. คุณค่า (Value) หมายถึง ผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการบริโภค หรือได้ครอบครองสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในการตลาดแบบเดิม คุณค่าจะหมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะได้รับจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเมื่อคุณค่าที่ลูกค้าได้รับสูงกว่าต้นทุน ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งคุณค่าในความหมายนี้รวมไปถึงคุณค่าที่จับต้องไม่ได้
2. คุณภาพ (Quality) หมายถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือผลประโยชน์จากการใช้งานที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเป็นมาตรฐานทั่วไปของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องควบคุมให้อยู่ในระดับที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ด้วย

3. ระยะเวลา (Time) หมายถึง ระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือความเร็วในการสร้างสรรค์ที่ต้องทันต่อกระแสแนวโน้มความต้องการของตลาดและการตอบโต้ของผู้แข่งขัน
4. ต้นทุน (Cost) หมายถึง ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา ซึ่งในทางทฤษฎีควรจะเป็นต้นทุนที่ต่ำที่สุด และในทางปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์ใหม่ควรมีต้นทุนรวมต่อหน่วยต่ำกว่าระดับราคาถูกค่าซื้อได้

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มี 8 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543)

ขั้นที่ 1 การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation) เป็นความคิดที่มองเห็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นความคิดที่มองเห็นช่องทางที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้น ในขั้นนี้เข้าไปเกี่ยวข้องกับการค้นหาแหล่งความคิดและวิธีการค้นหาแหล่งความคิด

ขั้นที่ 2 การกลั่นกรองและการประเมินความคิด (Screening and Evaluation of Idea) เป็นการพิจารณาการกลั่นกรองความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างขึ้นจากขั้นหนึ่งว่า ความคิดใดที่จะนำมาวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ขั้นต่อไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวความคิดและพัฒนาแนวทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) เป็นงานที่จะต้องกระทำหลังการผ่านกระบวนการกลั่นกรองความคิดจากขั้นที่ 2 แล้วในขั้นที่ 3 นี้เป็นการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้สร้างขึ้นมาและการสร้างความคิดในผลิตภัณฑ์ให้เกิดกับผู้บริโภค รวมทั้งภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จริงๆ ส่วนการทดลองความคิด (Concept Testing) หมายถึง การนำความคิดไปทดสอบกับกลุ่มบริโภคเพื่อความรู้สึกนึกคิด และการยอมรับความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถ้าความคิดนั้นเป็นไปได้จะนำไปสู่ขั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 4 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Development) เป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ขนาดโครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย (Target Market's Size, Structure and Behavior) (2) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) (3) ยอดขายและกำไรตามเป้าหมายระยะยาว (Long-run Sales and profit Goods) และกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix Strategies)

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) เป็นการพิจารณาว่าความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คัดเลือกไว้ จะมีความเป็นไปได้เพียงใดในทางธุรกิจ งานในขั้นนี้ประกอบด้วย (1) กำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ (2) คาดคะเนความต้องการซื้อของตลาด (3) คาดคะเนต้นทุนและกำไร (4) กำหนดภาวะความรับผิดชอบเพื่อศึกษาความเป็นไปได้สำหรับผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการเปลี่ยนความคิดที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปเป็นร่าง (Physical Product) ขึ้นมาประกอบด้วยการพัฒนาด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product Prototype) และการพัฒนาหน้าที่การทำงานของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 7 การทดสอบการตลาด (Market Testing) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบการยอมรับของลูกค้าเป้าหมายในอาณาเขตที่กำหนด โดยมีการใช้โปรแกรมการตลาดที่กำหนดไว้ในขั้นนี้จะทำให้ทราบข้อบกพร่องที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่างๆ

ขั้นที่ 8 การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจริงตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้

แหล่งที่มาของความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ มาจาก 3 แหล่ง คือ

1. ลูกค้า (Customer) ลูกค้าในที่นี้หมายถึง ลูกค้าที่ยังติดต่อการซื้อขายอยู่ในปัจจุบันหรือลูกค้าที่เคยให้การอุดหนุนมาก่อนก็ได้ ในเมื่อการดำเนินงานด้านการตลาด ก็คือ การตอบสนองหรือการบำบัดความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า ลูกค้าจึงมักจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการแสวงหาความคิดใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำไปวางตลาด ในอดีตที่ผ่านมาปรากฏว่า สินค้าอุปโภคบริโภคหรือสินค้าอุตสาหกรรมหลายชนิดเกิดขึ้นจากข้อเสนอแนะของลูกค้า อาจโดยบังเอิญหรือโดยบังเอิญก็แล้วแต่ จึงควรเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องในกิจการนั้น จะต้องจัดวางระบบงานเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้สึก ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า ซึ่งอาจได้มาด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

1) การสำรวจหรือสอบถามลูกค้าโดยตรง (Direct Customer Survey)

2) เทคนิคการถามเลียบเคียง (Projective Technique)

3) การถกปัญหาแบบเจาะกลุ่ม (Focus Group Discussion)

4) การรับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น (Suggestion System)

5) การเปรียบเทียบผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันที่ลูกค้าต้องการจริง (Perceptual and Preference Mapping) ในทางปฏิบัติการจากการสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับปัญหาที่มีอยู่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ปัจจุบันอาจทำให้กิจการได้ความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มากกว่าในกรณีที่กิจการไปสอบถามถามเกี่ยวกับความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่โดยตรงไปตรงมา

2. ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เนื่องจาก ร้านค้าเหล่านี้เป็นผู้ติดต่อซื้อขายกับลูกค้าโดยตรง มีโอกาสพบปะสนทนากับลูกค้าผู้ใช้จำนวนมาก และในหลายๆ กรณีเป็นที่รองรับการระบายความอัดอั้นความรู้สึกที่ไม่ดี หรือปัญหาที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นกิจการหรือของคู่แข่งกัน ถ้ารู้จักป้อนคำถามหรือใช้เทคนิคการสัมภาษณ์อย่างถูกต้องกับจังหวะเวลา กิจการอาจจะได้ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวนมากจากแหล่งนี้ไม่มากนัก

3. คู่แข่งขัน (Competitors) ผู้บริหารที่ชาญฉลาดควรจะคอยเฝ้ามองว่าคู่แข่งของกิจการว่าทำอะไรอยู่บ้างในส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะโดยการสนทนากับผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้กับกิจการคู่แข่ง จากร้านค้าผู้จัดจำหน่าย หรือโดยมอหมายให้ผู้แทนขายของกิจการทำหน้าที่สืบความลับของคู่แข่ง คอยเฝ้าติดตามตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ของคู่แข่ง ใครเป็นผู้ซื้อในตลาด และซื้อไปเพื่อใช้ประโยชน์อะไร

จากแนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม ด้วยเหตุผล 3 ประการคือ ต้องการอนุรักษ์ลายผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านพื้นเมืองไทหล่มไว้ให้คงอยู่โดยมีการปรับให้ร่วมสมัยและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้นเน้นประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น ซึ่งจะได้กล่าวไว้ในรายละเอียดต่อไป

2.4 แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation)

การเพิ่มมูลค่า (Added Value) เป็นการนำวิธีการต่างๆ มาใช้เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิม การสร้างมูลค่าเพิ่มจัดเป็นเครื่องมือการตลาดที่จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย โดยการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553) มีนักวิชาการให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) ได้แก่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น Louis (อ้างใน ดนัย จันทรฉาย, 2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครองและใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ในความหมายด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มคือการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหมายของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งทีผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ (Nilson, 1992) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มที่เป็นการเพิ่ม หรือเสริมสิ่งใหม่ ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้อง และเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Chematomy & Harries, 1998) จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งทีช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น โดยมีขั้นตอนการผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในการผลิตทีนั้นๆ นอกจากการสร้างแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าทีส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคทีสูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547) ด้วยเหตุผล 3 ประการดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอในประเทศไทยเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีจำนวนมากมาย หลายกลุ่ม ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้น กลุ่มทอผ้าแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้อำนาจกลุ่มทอผ้าอยู่รอด และเติบโตได้ ต้องสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่ง นั่นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉัตยาพร เสมอใจ , 2547) การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น มีการสร้างมูลค่าได้ 4 ด้าน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพิ่มขึ้นในสายตาของลูกค้า ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้ เรียกว่า คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ในจำนวนการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้ง 4 ด้านนั้น งานวิจัยนี้จะนำการสร้างมูลค่าเพิ่มมาใช้ในการวิเคราะห์เพียง 2 ด้าน คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นการสร้างคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเน้นประโยชน์หลัก และรูปลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าผู้ผลิตรายอื่น ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ ความเป็นโบราณ มีตราสินค้าเฉพาะ ความมีชื่อเสียงมายาวนาน และเป็นที่ยอมรับเป็นต้น และ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองในประเทศไทยมีหลากหลายประเด็น เช่น ทางด้านการผลิต ได้แก่ งานวิจัยของ สุชาดา อุชชิน และสมหญิง ชูประยูร (2555) ทำการศึกษาในภาพรวมของอุตสาหกรรมไหมไทยซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการผลิตผ้าทอของไทยและ

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จตลอดจนปัญหาอุปสรรคของไหมไทยทั้งระบบ โดยสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ถ่ายทอดสู่เกษตรกรและกำหนดทิศทางของการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทยทั้งระบบ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาใน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มต้นน้ำ (ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และสาวไหมด้วยมือ) กลุ่มกลางน้ำ (สาวไหมอุตสาหกรรม ย้อมสีและทอผ้า) และกลุ่มปลายน้ำ (ผลิตภัณฑ์และการตลาด) ในภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษา พบว่า การจัดองค์ความรู้ด้านการปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม และการสาวเส้นไหม และมีการถ่ายทอดสู่เกษตรกร ทำให้เกิดประสิทธิภาพที่ของการผลิตไหมทั้งระบบ ส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรผลิตเส้นไหมมีคุณภาพตามมาตรฐานและมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 นอกจากนั้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ไหมไทยมีชื่อเสียงในตลาดโลก แต่มูลค่าการส่งออกสินค้าเส้นไหมและผ้าไหมมีเพียง 0.32 % ของสินค้าสิ่งทอไทย ตลาดส่งออกสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ปัญหาที่พบคือ การส่งออกส่วนใหญ่เป็นรูปแบบรับจ้างผลิตให้ผู้ซื้อติดตราสินค้าเอง

สิริกานต์ วงษ์ที (2550) ได้ศึกษา ทางด้านการตลาดโดยเน้นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการจดลิขสิทธิ์ลวดลายโบราณให้เป็นของจังหวัดอุทัยธานี ดัดเครื่องหมายรับรองมาตรฐานที่บรรจุภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้อยู่ในระดับบน สร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภคเห็นแล้วนึกถึงเป็นสินค้าที่มีขึ้นเดียวในโลก หรือเป็นสินค้าที่ผลิตคนเดียว ควรใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางตรง เพื่อลดการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และเน้นการโฆษณาไม่ผ่านสื่อ เช่น การออกร้านแสดงสินค้า สำหรับด้านการผลิตเน้นการผลิตที่มีคุณภาพไม่ควรเร่งการผลิตเพื่อเพิ่มปริมาณ หากต้องการเพิ่มปริมาณควร สร้างกำลังแรงงานรุ่นใหม่ขึ้นมาเสริม และควรทำสัญญาระยะยาวกับผู้ขายวัตถุดิบเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และด้านการดำเนินงานกลุ่มผู้ผลิตควรมีการจัดระบบการบริหารให้มีการประสานกัน เพื่อการจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพไม่ก่อให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนลดปัญหาในการขัดแย้งกันภายในกลุ่ม และจัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจ สำหรับกลยุทธ์ในการพัฒนาเครือข่าย รัฐบาลควรเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันการสร้างเครือข่ายให้เป็นรูปธรรม จัดให้มีการอบรมความรู้ในการออกแบบสินค้าที่มีความหลากหลาย จัดอบรมความรู้ในการบริหารด้านการตลาด การผลิต การดำเนินงาน และบรรจุภัณฑ์ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเครือข่ายให้เข้าใจถึงประโยชน์ของการสร้างเครือข่าย

กันยารัตน์ สุชะวันกุล และคณะ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผ้าฝ้ายย้อมคราม จังหวัดสกลนคร เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมครามให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผ้าฝ้ายย้อม

จินตนา สนามชัยสกุล และคณะ (2551) ได้ศึกษาเรื่องการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านไทหล่มเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนอำเภอลหล่มเก่า

จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสืบค้นฟื้นฟู อนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านไทหล่ม เป็นการสืบค้น ประวัติหลวงพ่อใหญ่วัดตาล ศาลเจ้าพ่อในชุมชนหล่มเก่า การพัฒนาผ้ามัดหมี่ลายดั้งเดิม การพัฒนา อาหารว่างไทหล่ม การพัฒนาการเล่นผีตาโม่ การพัฒนางานเทศกาลขนมจีนหล่มเก่าและหาแนวทางการอนุรักษ์จิตรกรรมฝาผนังวัดนาทราย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การศึกษาจากเอกสาร การ สัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การ ทดลองปฏิบัติการ และการใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จัดหมวดหมู่ สรุปเนื้อหาแบบ พรรณนาวิเคราะห์ ปรากฏผลการวิจัยดังนี้ การฟื้นฟู อนุรักษ์วัฒนธรรมไทหล่ม มีการพัฒนาผ้ามัดหมี่ พื้นเมือง พบวิธีการย้อมสีธรรมชาติให้ติดทนนาน และศึกษาวดลายโบราณ พบทั้งหมด 12 ลายแล้วทอ ลงในพื้นที่เดียวกัน มีการพัฒนาน้ำเมี่ยงโค้นให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและพบวิธีการเก็บใบเมี่ยงให้ สดได้นานขึ้น 6 วัน ได้ชุดการแสดงการเล่นผีตาโม่ที่มีการพัฒนาเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับศีรษะ ให้มีความปราณีตทางศิลปะ ปรับปรุงเครื่องดนตรีและเพลงประกอบการแสดงให้เข้ากับยุคสมัย สนุกสนานรื่นเริง และมีการปรับปรุงทำรำให้มีแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน สามารถสื่อความหมายถึงผู้ชม ได้ง่ายได้วิธีการพัฒนาเทศกาลขนมจีนหล่มเก่าให้เป็นงานทางวัฒนธรรม โดยการสืบค้นนำวัฒนธรรม เด่นๆ ของแต่ละชุมชนมาร่วมจัดกิจกรรม มีการจัดลานวัฒนธรรม จัดการแสดง การแสดงแสงสีเสียง ตำนานหลวงพ่อใหญ่ซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ พื้นฟูวัฒนธรรมเก่าแก่มาประกอบในบทละคร ได้ วิธีการถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้วัฒนธรรมไทหล่ม โดยการจัดทำแหล่งเรียนรู้เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายทอดความรู้การทอผ้ามัดหมี่โบราณ และการทำเมี่ยงโค้นให้กับกลุ่มอาชีพเพื่อเสริมรายได้ให้อำเภอ หล่มเก่ากำหนดนโยบายให้หน่วยงานท้องถิ่น พื้นฟูอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยการจัดกิจกรรมทาง วัฒนธรรมในงานประเพณีต่างๆ ให้โรงเรียนจัดทำหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น

นันทิยา ดอนเกิด (2555) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าเพื่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชน บ้านม่วง จังหวัดอุดรธานี วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าของชุมชนบ้านม่วง จังหวัดอุดรธานี เพื่อเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มก่อนและหลังปรับปรุงต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าของ ชุมชนบ้านม่วง จังหวัดอุดรธานี และเพื่อประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ จากผ้าขาวม้าของชุมชนบ้านม่วง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากร และนักท่องเที่ยวบริเวณ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 220 คน โดยวิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เป็นการเก็บรวบรวมกลุ่มทอผ้าขาวม้า สภาพปัจจุบัน บริบทกลุ่ม กระบวนการผลิต สภาพปัญหาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์หลังการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญ และ เครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ด้านการประเมินคุณภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์หลักจากการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญ ค่าเฉลี่ย 4.32 โดยตั้งเกณฑ์ผ่าน 3.50 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับคุณภาพดีมาก ด้านการเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มได้สูงกว่าผลิตภัณฑ์ก่อนปรับปรุง และด้านประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าของชุมชนบ้านม่วง จังหวัดอุดรธานี คือ ด้านรูปแบบ ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุและการผลิต จากแบบประเมิน 3 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก

ชนิตา มณีรัตนรุ่งโรจน์ (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าไหม โดยศึกษากระบวนการวางแผน การจัดหา การผลิต การส่งมอบและการส่งคืนกลับของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าไหมทอมือและเสนอแนะในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และแนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าไหมทอมือของกลุ่มอาชีพผ้าไหมทอมือในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอาชีพมีการวางแผน มีการจัดซื้อวัตถุดิบด้วยเงินสดจากผู้จำหน่ายภายในท้องถิ่น มีการบริการรถโดยสารสาธารณะและส่งตัวแทนไปร่วมงานแสดงสินค้ากับภาครัฐ อย่างไรก็ตาม กลุ่มอาชีพผ้าไหมทอมือไม่มีการส่งคืนวัตถุดิบให้ผู้จำหน่ายและมีการรับคืนผ้าไหมจากลูกค้าน้อยมาก ส่วนข้อเสนอแนะคือ กลุ่มอาชีพควรมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ แผนการผลิต และกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน พร้อมทั้งจัดบันทึกข้อมูลผลการดำเนินงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตนและภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการฝึกอาชีพทอผ้าไหมแก่เยาวชน เพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงาน

ภูเนตุ จันทรจิต และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ไทยโชน: การอนุรักษ์ผ้าโบราณเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากประชากร คือชายไทยโชนในจังหวัดเพชรบุรี สุพรรณบุรี และนครปฐม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ 30 คน กลุ่มผู้นำ 30 คนและกลุ่มองค์กร 30 คน โดยใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบเสวนากลุ่ม และแบบสัมภาษณ์กลุ่ม มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาผ้าและลายผ้าโบราณของชาติพันธุ์ไทยโชน 2) เพื่อศึกษาการอนุรักษ์ผ้าโบราณของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยโชน 3) เพื่อศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ผ้าโบราณเพื่อการสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทยโชน ผลการวิจัยพบว่า 1) ไทยโชนเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าย้อมสีครามเข้ม มีผ้าและลายผ้าโบราณที่สืบทอดมาแต่บรรพชน คือ ผ้าชิ้นตาหมี ชิ้นแดงโม เลื้ออี และผ้าเปี้ยว ส่วนลวดลายโบราณ พบว่า เป็นลายที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการทอปะและปัก ลายทอ ได้แก่ ลายปู ลายหอประสาธ ลายหอแก้วหอคำ ลายรูปลิง และลายแดงโม ลายปะ ได้แก่ ลายเลื้ออี ส่วนลายปัก จะเป็นลายสายรุ้ง ลายข้าวหลามตัด ลายอดแปด ลายขาปัว ลายดอกแวน 2) ไทยโชนมีการอนุรักษ์ผ้าหลายรูปแบบ คือ การจัดแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับชาติพันธุ์ในลักษณะเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน การสร้างอุทยานาถ ซึ่งเป็นบทบาทของครอบครัว ที่มีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผ้าให้กับบุตรหลาน และการสร้างเครือข่าย โดยใช้นันทนาการและการละเล่น

เป็นสื่อกลางในการรวม รวมใจ รวมกิจกรรมเพื่อสืบสานการแต่งกายเชิงอนุรักษ์ 3) ไทยโซ่งมีแนวทางการอนุรักษ์ผ้าและลายผ้าโบราณ เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์โดยวิธีการสืบลายสานผ้า ซึ่งประกอบด้วย การเลือกลาย การลอกลาย การย้อมไหม และการทอ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับทำให้ผ้าพื้นคืนชีพใหม่ แต่คงลักษณะผ้าและลายแบบเดิมเอาไว้ และวิธีการสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับผ้าและลายผ้าชุมชนประกอบด้วยฐานข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมเกี่ยวกับผ้า ปรีศนาคำสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมผ้า วัสดุอุปกรณ์เกี่ยวกับการทอผ้า และประวัติเกี่ยวกับผ้าและลวดลายผ้า

สมโชค เจริญการ (2552) ได้ศึกษาถึง แนวทางการเรียนรู้ความเป็นเลิศของการพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ให้ข้อเสนอว่า การสร้างความตระหนักและเห็นคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าไหม จากการศึกษาการถ่ายทอดความรู้พบปัญหาที่น่าวิตกคือ พ่อแม่ไม่มีโอกาสถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับอาชีพทอผ้าไหม ในลักษณะการต่อยอดความรู้ สืบเนื่องจากโอกาสทางการศึกษาที่ขยายตัวมากขึ้น เมื่อลูกหลานสำเร็จการศึกษาขั้นพื้นฐานจากโรงเรียนในหมู่บ้านแล้วจะเดินทางไปศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นในกรุงเทพฯ หรือจังหวัดที่ห่างไกล โอกาสที่จะกลับบ้านของตนเองน้อย หลายคนจึงยึดอาชีพในสาขาที่เรียนจากมหาวิทยาลัย และเข้าทำงานในหน่วยงานของรัฐและเอกชน พ่อแม่จึงไม่มีโอกาสถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับอาชีพทอผ้าไหม ดังนั้นพ่อแม่ที่อยู่ที่บ้าน ครูสอนนักเรียนอยู่ในโรงเรียน จึงต้องร่วมกันในการสร้างความตระหนักให้กับลูก เห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอาชีพการทอผ้าไหมที่พ่อแม่ได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ ให้คงอยู่ต่อไปตราบนานเท่านาน

จินตนา สินโพธิ์ตาล (2556) ได้ศึกษาเรื่องคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นหลักผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นประเภทผ้าทอมือของชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ที่นำมาต่อยอดส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม 2) ศึกษาแนวทางการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตงาน และส่งเสริมการท่องเที่ยวของผ้าพื้นเมืองที่สำคัญทั้ง 4 ประเภทของจังหวัดสกลนคร คือ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าฝ้ายผสมใยสังเคราะห์ ผ้าฝ้ายผสมไหม กับเครือข่ายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยการเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือในเขตจังหวัดสกลนคร ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านการทอผ้า ด้านวัฒนธรรม และด้านการท่องเที่ยวจำนวน 12 อำเภอ อำเภอละ 1 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตผ้าทอพื้นเมือง ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ผู้เคยเป็นช่างทอผ้า ร้านค้าผ้าทอพื้นเมือง เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาการ และครู วิเคราะห์ข้อมูลจากกระบวนการ SWOT Analysis (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค) โดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณค่าอัตลักษณ์ผ้าทอมือใน

จังหวัดสกลนครที่นำมาต่อยอดส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีอารยธรรมเก่าแก่และมาชนกลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่มที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ศิลปวัฒนธรรมเป็นตัวบ่งบอกถึงคติ ความเชื่อ พิธีกรรม ค่านิยม ศาสนา และรูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี สาเหตุที่จังหวัดสกลนครมีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผลมาจากเป็นศูนย์รวมของประชากรหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผลมาจากเป็นศูนย์รวมของประชากรหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศใกล้เคียง ก่อให้เกิดการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีระหว่างกัน ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าจังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ มีผลทำให้ศิลปวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากภูมิภาคอื่น โดยสังเกตได้จากวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชาวสกลนครผ่านทางประเพณีต่างๆ ที่จัดขึ้น ทำให้สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ศิลปวัฒนธรรมของชาวจังหวัดสกลนครมีพัฒนามาตั้งแต่ครั้งโบราณกาลดังจะเห็นได้จากหลักฐานทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ต่างๆ ที่ค้นพบล้วนแสดงให้เห็นว่าบรรพบุรุษของชาวสกลนครรู้จักการช่างศิลป์ปะทอภาพและสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นตัวสื่อความหมายมาเป็นเวลานานที่ยังคงบอกเรื่องราวการดำเนินชีวิตของบรรพบุรุษของชุมชนชาวสกลนครในยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี การค้นหาคคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่านั้น ด้วยวิธีการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นและการตรวจสอบข้อมูลกับพัฒนาชุมชนอำเภอแต่ละอำเภอและพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร ซึ่งผลการดำเนินการศึกษาทำให้ทราบว่า จังหวัดสกลนครมีผลิตภัณฑ์ทางด้านศิลปหัตถกรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละอำเภอ บางผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นคล้ายคลึงกันมา จึงสามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของจังหวัดสกลนครที่มีเอกลักษณ์เฉพาะได้เป็น 2 ประเภท ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม และผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย อัตลักษณ์ผ้าไหม จังหวัดสกลนคร คือผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมโสร่ง ผ้าไหมลายเกล็ดเต่า ผ้าไหมลายสร้างสรรค์ ถือเป็นศิลปหัตถกรรมที่มีความวิจิตร ประณีตงดงาม ทำให้ผ้าไหมของชาวจังหวัดสกลนครมีชื่อเสียงในระดับสากล สามารถเพิ่มมูลค่าโดยการออกแบบลวดลายให้มีความหลากหลายผสมผสานระหว่างลายเก่ากับลายใหม่ หรือนำลายเก่าที่มีมาแต่เดิมหลายลายทอสลักกัน ก่อให้เกิดลายใหม่ขึ้น นำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมาออกแบบตัดเย็บเป็นชุดหรือแปรรูปเป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน หรือเครื่องนุ่งห่มและมีกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม อัตลักษณ์ผ้าฝ้ายจังหวัดสกลนคร คือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ผ้าสไบย้อมคราม ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมสีเคมี ผ้าพื้น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าขาวม้า กระเป๋า กางเกงผ้า ผ้าลายมุก สามารถเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องนุ่งห่มให้มีความความหลากหลายนำมาจำหน่าย 2) แนวทางการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตงาน ในการเพิ่มมูลค่าทาง

เศรษฐกิจของศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ในจังหวัด สกลนครประกอบด้วย ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นประเภทผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมมัดหมี่ข้อม ผ้าไหมมัดหมี่ลายสร้างสรรค์ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมลายลูกแก้ว ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ผ้าฝ้ายผ้าพื้น ผ้าฝ้ายลายมุก ซึ่งผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในกลุ่มเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิมที่มีการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและได้รับการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เข้ามา มีบทบาทต่อชุมชนชาวสกลนครมากขึ้น โดยแนวทางในการเพิ่มศักยภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นขึ้นอยู่กับการแนะนำในการเลือกใช้วัสดุและวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยที่ไม่ทำให้คุณค่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนรุ่นหลังเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาในท้องถิ่น ไม้ให้สูญหาย ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีศูนย์สาธิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายในชุมชน ตลอดจนมีการส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นซึ่งจะทำให้ศิลปะ หัตถกรรมต่างๆ มี ศักยภาพสามารถผลิตเป็นสินค้าในเชิงธุรกิจได้ตามความต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

สุธาสินี บุรีคำพันธุ์ (2556) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอก เพื่อการอนุรักษ์และส่งเสริม อาชีพของชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ตำบลเวียงยอง จังหวัดลำพูน วัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาผลิตภัณฑ์จากฝ้าย กดอก 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอก 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฝ้าย กดอก ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ 1 มีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเป็น เป็นเอกลักษณ์สื่อถึงชุมชน รองลงมาได้แก่วัสดุท้องถิ่นที่ใช้มีความเหมาะสมและสามารถประยุกต์เข้ากับยุค บัจุบัน ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ วัสดุท้องถิ่นที่ใช้มีความเหมาะสม ความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึง ชุมชน ง่ายต่อการผลิตเชิงพาณิชย์และความสะดวกในการขนส่ง อยู่ในระดับมาก ได้แก่ โครงสร้างมีความ เหมาะสม ความสวยงามและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตที่มีต่อ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่าข้อที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โครงสร้างมีความเหมาะสม ความสวยงามและน่าสนใจและง่ายต่อการผลิตเชิง พาณิชย์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตที่มีต่อรูปแบบที่ 4 มีความเหมาะสมมากที่สุด

อังกาส บุญสูง (2556) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอปากท่า จังหวัดอุดรธานี เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลของเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งานเพื่อเป็น ตัวกำหนดรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบ และเพื่อยกระดับคุณภาพโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานของ มผช. ช่วย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จากการสังเคราะห์เอกลักษณ์ด้านประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนกลุ่มผ้าทอ พื้นเมือง อำเภอปากท่าจังหวัดอุดรธานี พบว่า มีการนำมาถักทอเป็นลวดลายลงบนผืนผ้า ได้แก่ ประเพณีแห่ข้าวพันก้อน ซึ่งเป็นประเพณีดั้งเดิมของชาวปากท่า จัดขึ้นในเดือนเมษายนของทุกปีสืบ

ทอดกันจนถึงปัจจุบัน และได้ใช้เป็นชื่อของการทอดลวดลายข้าพ้นก่อน ส่วนอัตลักษณ์ด้านการใช้สีในการย้อมผ้าทอจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองในอำเภอปากท่า 3 กลุ่ม พบว่า ผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองมีความนิยมใช้สีแดงมากที่สุดในส่วนของความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งาน ผู้บริโภคมีความต้องการบรรจุภัณฑ์เป็นถุงแบบแนวนอน วัสดุที่เหมาะสมเลือกใช้กระดาษกราฟที่สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอำเภอปากท่า จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยใช้เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบเขียนแบบ และกลุ่มผู้ผลิตผู้จำหน่าย ผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผ้าทอยกดอกที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถสรุปได้ดังนี้ ผลความพึงพอใจโดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้งาน และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี แต่มีข้อเสนอแนะว่าหากใช้วัสดุผสมที่หลากหลายจะทำให้สามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าทอยกดอกปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ระยะเวลาในการผลิตผ้าทอ จะต้องใช้เวลาและความสามารถมากในการผลิต อาจเกิดปัญหาในอนาคตหากผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและมีความต้องการมากขึ้น

อรุณวรรณ ตั้งจันทร์ เกสร ธิตะจารี และนิรัชสุด สังข์ (2556) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์ วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก กลุ่มผู้ที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามเพศและระดับรายได้ กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 4 ชุด ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นเอง สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ Mean Standard Deviation Independent Samples, One – Way ANOVA การวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า คือลายดอกไม้จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า การประเมินระดับความพึงพอใจ จำแนกตามเพศไม่แตกต่างกันและจำแนกตามระดับรายได้ พบว่าแตกต่างกัน ในด้านประโยชน์ใช้สอย วัสดุและกรรมวิธี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อันธิกา ทิพย์จำนง (2557) การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทออำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทออำเภอกระแสดินธุ์ และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอพื้นเมือง รวมถึงการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทออำเภอกระแสดินธุ์ โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้คือการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารังนี้ประกอบด้วยผู้ผลิตผ้าทออำเภอกระแสดินธุ์ จำนวน 22 ราย และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง จำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน คือ ค่าไคส์แควร์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มทอผ้ากระแสดินธุ์ มีสมาชิก จำนวน 22 คน มีกี่มือ จำนวน 18 ตัว ใช้ฝ้ายและเส้นใยประดิษฐ์เป็นวัตถุดิบหลัก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประกอบด้วย ผ้าทอลายผกากรอง ลายสายฝน ลายกำแพงแก้ว ลายพวงชมพู ลายดอกพิกุล ลายบานไม่รู้โรย ลายลูกเต๋า ลายลูกแก้ว และผ้าทอลายยกดอก เป็นต้น ลายผ้าที่ทอในปัจจุบันเป็นลายประยุกต์มากกว่าลายดั้งเดิมจุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือ มีคุณภาพดีสีสม่ำเสมอ เนื้อผ้าแน่นแต่ไม่หนา การผลิตของกลุ่มเป็นการผลิตเพื่อประกอบอาชีพและหารายได้เสริมโดยใช้ความเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นจุดขายที่สำคัญมี 2 ลักษณะ คือ 1) การผลิตเพื่อวางจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่ม การฝากขายตามแหล่งต่างๆ และการจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า 2) การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับความยากง่ายของลายผ้า ลูกค้าหลักคือ บุคลากรในหน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ ปัญหาที่พบของกลุ่มผ้าทอ คือเส้นใยขาดแคลนและมีต้นทุนสูง ลูกค้าในพื้นที่เริ่มอิ่มตัว ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอพื้นเมือง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองระดับมากคือ ความคงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือ ความประณีตสวยงามมีค่าเฉลี่ย 4.02 แหล่งผลิตเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงมีค่าเฉลี่ย 4.00 แนวทางการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอคือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบความแตกต่างซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่ ตลอดจนส่งเสริมให้เห็นความสำคัญการใช้ผ้าทอพื้นเมืองในชีวิตประจำวันและในโอกาสต่างๆ เพื่อขยายตลาดผ้าทอพื้นเมืองให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

นภลัย บุญทิม และคณะ (2558) ลวดลายผ้าทอพื้นบ้านใน ต.บ้านดั่ว อ.หล่มสัก จ.เพชรบูรณ์ ได้ศึกษา การพัฒนาลวดลายผ้าทอพื้นบ้านเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้า มุกต้องการที่จะอนุรักษ์การทอผ้าพื้นบ้านซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องการพัฒนาลวดลายผ้าทอพื้นบ้านขึ้นใหม่ จากการศึกษา พบว่า ผ้าทอพื้นบ้านที่มีชื่อเสียง และเป็นที่นิยมในจังหวัดเพชรบูรณ์ คือ ฝ้ายมุก และฝ้ายลายดอกพิกุล ใช้ด้ายสังเคราะห์มาทอด้วยเทคนิคการทอฝ้ายยกดอก สำหรับการพัฒนา ลวดลายผ้าทอ ได้มีการออกแบบผ้าทอลายดอกจันขึ้น ใช้ฝ้ายนำมาย้อมสีฝ้ายเส้นใหญ่จะใช้ทอผ้าพื้น ฝ้ายเส้นเล็กใช้ในการคัดลาย โดยใช้เทคนิคการทอฝ้ายยกดอกจนได้ผ้าต้นแบบทั้งหมด 3 สี คือ สีดำ สีแดง และสีบานเย็น จากนั้นได้นำผ้าต้นแบบไปสำรวจความพึงพอใจ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าทอลายดอกจันในด้านลวดลายผ้า สีผ้า และสีของลายผ้า และภาพรวมผ้าทอลายดอกจัน อยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจด้านเนื้อผ้า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดลองจำหน่าย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะซื้อผ้าไปทำเป็นผ้าห่ม ไปใช้ตกแต่งเสื้อผ้าและนำไปตัดเป็นชุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผ้าทอลายดอกจันสามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังส่งผลให้กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้ามุกมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าและสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิก

ยุพาวรรณ ดุลยสุจริต (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไทกระวังภาคกลาง เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ภูมิปัญญาผ้าทอ การแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องใช้ไทกระวังภาคกลาง เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญ ยังไม่ได้รับการสร้างสรรค์

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยนี้จึงมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นมาและภูมิปัญญาผ้าทอพื้นเมือง เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องใช้จากผ้าทอพื้นเมืองไททรงภาคกลาง ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทางการใช้ภูมิปัญญาเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องใช้จากผ้าทอพื้นเมืองไททรงภาคกลาง เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไททรงภาคกลาง เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) ใน 3 พื้นที่เป้าหมายคือ ชุมชนหนองกระทุ่ม อำเภอดงนาหวาง จังหวัดสุพรรณบุรี ชุมชนเนินขาม อำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาทและชุมชนโคกหม้อ อำเภอบางบาล จังหวัดอยุธยาที่เป็นชุมชนไททรงและมีการสืบสานมรดกผ้าทอต่อเนื่อง ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยกลุ่มกลุ่มผู้รู้ (Key Informants) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) จำนวน 12 : 36 : 36 คนในแต่ละกลุ่มตามลำดับ เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามด้วยการสังเกต(Observation) การสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการประชุมปฏิบัติการ (Workshop) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจำแนกข้อมูล การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Inductive Analysis) ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) และนำเสนอข้อมูลด้วยการเขียนเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ชาวไททรงหรือลาวครั้งในภาคกลางของประเทศไทยมีถิ่นฐานเดิมที่เมืองกรุงศรีอยุธยาแม่น้ำโขงใกล้หลวงพระบาง อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย 3 ครั้งสำคัญในสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี สมัยรัชกาลที่ 2 และในสมัยรัชกาลที่ 3 ใน พ.ศ. 2314, 2358 และ 2360 ตามลำดับมีการสืบทอดวัฒนธรรม โดยเฉพาะการแต่งกายและภูมิปัญญาการทอผ้าจากบรรพบุรุษตั้งแต่อยู่เมืองกรุงศรีอยุธยาต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันผ้าทอพื้นเมืองไททรงภาคกลางทอจากฝ้ายหรือไหม ใช้สีธรรมชาติจากต้นไม้และครั้ง ทอด้วยกี่โบราณผ่านกระบวนการทางครอบครัว 6 ประเภท ได้แก่ ผ้าพื้น ผ้ายกดอก ผ้าขาวม้า ผ้ามัดหมี่ มีการพัฒนาลดทอนตามจินตนาการและความเชื่อต่อเนื่องจน เป็นอัตลักษณ์โดยเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ชายจะนุ่งผ้าม่วง ผ้าโจงกระเบนมัดหมี่ไหม ใส่เสื้อสีขาวคอกลมแขนสามส่วน ผ้าหน้ามีกระดุม คาดเข็มขัดเงิน นาก ทอง มีผ้าขาวม้าคาดบ่า ใส่แหวนและสร้อยคอ ห้อยนุ่งผ้าขึ้นดินจกเสื้อสีขาวหรือสีดำแขนกระบอกหรือแขนยาว สาบและชายเสื้อขลิบด้วยผ้าสีแดงประดับกระดุมเงิน หรือแบบคอกลมผ้าหน้าติดกระดุมแล้วห่มสไบเฉียง สวมแหวน สร้อย ต่างหู ปิ่นปักผมและกำไลข้อมือที่ทำจากเงินหรือทอง เด็กไททรงจะแต่งกายเหมือนผู้ใหญ่แต่ย่อส่วนลงส่วนเครื่องใช้จากผ้าทอเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันและใช้ต่อเนื่องมาคือ ที่นอน ผ้าห่ม หมอน มุ้ง ผ้าปูโต๊ะและอื่น ๆ ชาวไททรงภาคกลางยังมีการสืบทอดผ้าทอพื้นเมืองต่อเนื่องแต่ใช้เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับแบบดั้งเดิมเฉพาะในเทศกาลหรือวันสำคัญ ปกติแต่งกายตามสมัยนิยมและไม่นิยมใส่เครื่องประดับและใช้เครื่องใช้จากผ้าเฉพาะในชีวิตประจำวันและในกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องใช้ไฟครั้งได้รับการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มการผลิตเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครัวเรือนและชุมชน แต่โดยที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอในชีวิตประจำวันในท้องถิ่นลดน้อยลง การแก้ไขปัญหาเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีปัญหาทั้งด้านการผลิตและการตลาด โดยด้านการผลิต ข้างฝีมือลดน้อยลง วัตถุดิบที่ผลิตในท้องถิ่นลดน้อยลง ขาดทุนหมุนเวียน แบบผลิตภัณฑ์ขาดการสร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม คุณภาพไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ขาดการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างรายได้

วรรณ โขบรรดาสุขและคณะ (2558) การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันตามแนวแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำจังหวัดราชบุรี ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำ และเพื่อพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับ ผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรี ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปี 2555 – 2556 กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มสตรีทอผ้าไทยทรงดำบ้านห้วยเขยั้ง จังหวัดราชบุรี เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการรังสรรค์ข้อมูล ครอบคลุมประเด็นแบบองค์รวม

ผลการวิจัยพบว่า มีปัญหาด้านต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น คนสนใจทอผ้าลดลง ผ้ามีคุณภาพไม่ค่อยได้มาตรฐาน มีการแปรรูปน้อยไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ขาดคนที่มีความรู้และฝีมือในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการตลาดพบว่าขาดการประชาสัมพันธ์ การกระจายสินค้ามีน้อย ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ที่ผสมผสานกับเทคโนโลยีพื้นบ้าน ปัจจัยแห่งความสำเร็จพบว่าช่างทอ รุ่ง เก่าถ่ายทอดความรู้สู่ช่างทอรุ่นใหม่ที่สนใจ ใช้นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อมผ้ามีวัฒนธรรมผูกโยงกับผ้าไทยทรงดำในพิธีกรรมต่างๆ และมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีใช้กระบวนการกลุ่ม

กลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรีคือ สร้างคุณค่าของผ้าโดยเน้นว่าเป็นผ้าทอมือและเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างช่างทอรุ่นใหม่ ปลุกจิตสำนึก สืบสานอนุรักษ์ สร้างตราสินค้าในผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มุ่งเน้นขายตลาดเฉพาะ คนไทยทรงดำ สร้างเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาด หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาช่วยส่งเสริมสนับสนุน

ฐิติพันธ์ จันทร์หอม (2559) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เกิดจากการต่อยอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชุมชนชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย 2) เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชนชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย 3) เพื่อจัดทำชุมชนปฏิบัติการเรียนรู้ศิลปกรรมท้องถิ่นประเภทผ้าทอของชุมชนชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบชุมชนมีส่วนร่วม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักเพื่อให้ได้

ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการนำหลักของศิลปะการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนา และประสานการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันสังคมภายนอก ผู้วิจัยดำเนินการในช่วงปี 2557 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างการพัฒนา และประสานการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันสังคมภายนอก ผู้วิจัยดำเนินการในช่วงปี 2557 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างการพัฒนา และประสานการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันสังคมภายนอก ผู้วิจัยดำเนินการในช่วงปี 2557 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจงชุมชนที่มีความเข้มแข็งในการผลิตผ้าทอเป็นที่ยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ เป็นตัวแทนของชาวไทยทรงดำจากจังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดกาญจนบุรี ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เกิดจากการต่อยอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวไทยทรงดำทั้ง 4 ชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยนั้น ตามกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายจากสังคมภายนอกด้วยการนำองค์ความรู้และประสบการณ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอและผู้วิจัยมาร่วมกัน สร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ด้วยหลักของศิลปะการออกแบบได้ จำนวน 40 รูปแบบ ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ผู้ประกอบการ และปราชญ์ชุมชนชาวไทยทรงดำ ให้เหลือจำนวน 20 รูปแบบ แล้วทำการทดลองตลาดเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้ศิลปกรรมท้องถิ่นประเภทผ้าทอ ตลอดจนมีข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ในภาพรวมการวิจัยนี้ได้พัฒนาองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการจัดการความรู้ โดยใช้การถ่ายทอดแบบชุมชนมีส่วนร่วม

สุจินดา เขียมศรีพงษ์ และปิยะวัน เพชรหมี่ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของผ้าทอลายโบราณ และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายโบราณสู่เชิงพาณิชย์ โดยทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้กลุ่มประชากร กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไ้ ตำบลหินสว อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 25 ครัวเรือน ผลการวิจัย พบว่าเอกลักษณ์ของลวดลายผ้าไทยโบราณของกลุ่มบ้านภูผักไ้ นั้น เป็นผ้าขึ้นหัวแดงตีนก้น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีลายจำนวน 12 ลายบนผืนเดียวกัน ได้แก่ ลายนาคนาค ลายหงส์ ลายหมากรุก (เดี่ยว / คู่) ลายตุ้ม ลายขอ ลายหอประสาท ลายเอี้ยว ลายขาเป๋ ลายเฟี้ยว (คว่ำ / หาย) ลายคัน ลายดอกแก้ว ลายดอกผักแว่น เรียกว่า ลายหมี่ครีว และแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่เชิงพาณิชย์นั้น การสร้างคุณค่าทางด้านผลิตภัณฑ์ จาก 5 แนวทางคือ การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้าลง การพัฒนาลายเดี่ยวให้เป็นลายใหม่ จนได้พัฒนาเป็น ลายดอกผักแว่น และลายหอประสาทเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายภูผาไ้ และลายดอกผักไ้ และได้ทดลองนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายผ้าไ้ ได้พัฒนาจากลายโบราณเดิมพัฒนาเป็นหมอนอิง โซฟา ที่ใส่ไอแพด เป็นต้น และการสร้างโลโก้ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อสร้างการจดจำ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ซึ่งได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การตรวจสอบข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

3.1.1 กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มในเขตพื้นที่อำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่าของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่าจะใช้ในการศึกษา (ชาย โพลิตา, หน้า 212) ได้แก่ 1) กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก 2) กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก 3) กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดิว อำเภอหล่มสัก 4) กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า 5) กลุ่มทอผ้าบ้านภูผกั๊ว อำเภอหล่มเก่า 6) กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศ อำเภอหล่มเก่า รวม 6 กลุ่ม โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาไปที่ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกกลุ่ม และครูประจำโรงเรียนในพื้นที่

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 กลุ่ม โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง คัดเลือกกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองที่มีศักยภาพ พิจารณาจากผู้นำ ความสามัคคีจากสมาชิกในกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่มและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (Product Champion) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.1.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักศึกษาหรือบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มจำนวน 100 คน

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มโดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐานและความรู้ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพที่ใช้เป็นกรณีศึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม ขั้นตอนที่ 4 สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีวิธีการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มโดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน มีวิธีการดังนี้

1. ศึกษาบริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทหล่ม ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร และมีวิถีชีวิตประจำวันอย่างไร มีวัฒนธรรมอย่างไรบ้าง ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำกลุ่ม ปราชญ์ชาวบ้านผ้าทอพื้นเมือง โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคณะผู้วิจัยจะเริ่มจากการเข้าไปร่วมพูดคุย และสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกชุมชนก่อนจากนั้นจึงลงไปสำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลต่อไป

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัยและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มที่ผลิตอยู่ในปัจจุบัน โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำกลุ่ม ปราชญ์ชาวบ้าน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคณะผู้วิจัยจะเริ่มจากการเข้าไปร่วมพูดคุย และสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกกลุ่มก่อน จากนั้นจึงลงไปสำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลต่อไป

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. ศึกษาชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใดมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด

ขั้นตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง

หลังจากศึกษาบริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทหล่มและได้ทราบถึงเอกลักษณ์และความหมาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการคัดเลือกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทหล่มจำนวน 1 กลุ่ม

โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพโดยการพิจารณาจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มที่มีศักยภาพในด้านของผู้นำกลุ่ม ความสามัคคีจากสมาชิกในกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่ม การให้ความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ความมีชื่อเสียง การได้รับการยอมรับ หลังจากนั้น จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (*Product Champion*) เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม

หลังจากที่ได้กลุ่มตัวอย่างพื้นเมืองที่มีศักยภาพรวมถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มแล้ว จึงเริ่มดำเนินการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสินค้าภูมิปัญญาสร้างสรรค์ โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการมากที่สุด ซึ่งได้จากผลการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 4 สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำรายงาน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (*Mixed methods*) โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (*qualitative research*) โดยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และ การวิจัยเชิงปริมาณ (*quantitative research*) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (*Structured Interview*) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม
2. แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.4 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลตลอดกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัย โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (*Triangulation*) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กัน ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต เป็นต้น และผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นพบโดยการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล 3 ประเภท ดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล จะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่างๆ ว่ามีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่า ได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย จะเน้นการตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลซึ่งได้ข้อค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง
3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี จะเน้นการตรวจสอบว่าถ้ามีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายแล้ว ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าจะนำทฤษฎีใดมาใช้ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นมาตรประเมินค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ตามแนวคิดตามแบบของเบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกต โดยก่อนการวิเคราะห์จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- การวิเคราะห์เนื้อหา
- การจำแนกและจัดระบบข้อมูล
- การวิเคราะห์สาเหตุและผล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์ สู่เชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองโดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองที่มีศักยภาพเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง

ตอนที่ 4 สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองโดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน

การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มในอำเภอหล่มเก่าและอำเภอหล่มสักของจังหวัดเพชรบูรณ์ จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า มีจำนวนกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มเป็นจำนวนมาก เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็นกลุ่ม 6 กลุ่มดังนี้

1. บริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก

1.1 สภาพทางภูมิศาสตร์กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์
สภาพทั่วไป ที่ตั้ง ชุมชนบ้านห้วยอยู่ในตำบลบ้านห้วย มีจำนวน 6 หมู่บ้าน ส่วนระยะทางจากอำเภอหล่มสักถึงตำบลบ้านห้วย 4 กิโลเมตร อบต.บ้านห้วย ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ระยะทางห่างจากอำเภอหล่มสัก 6 กิโลเมตร และแผนที่โดยสังเขป ดังนี้ ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ทิศใต้ ติดกับ ตำบลปากช่อง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลบ้านดัว อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลตาลเดี่ยว อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

1.2 สภาพประชากรในตำบลบ้านห้วยประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำนาเป็นหลัก หลังจากการเก็บเกี่ยวข้าวจะปลูกไผ่ยาสูบ และปลูกผัก เช่น มะเขือเทศ พริก กระหล่ำดอก กระหล่ำปลี อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้างประเภทต่าง ๆ เช่น ทำนา ปลูกไผ่ยาสูบ ปลูกผัก และอาชีพรับราชการ สามารถคิด

เป็นร้อยละดังนี้ เกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 70% รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17% ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 8% รับราชการคิดเป็นร้อยละ 5%

1.3 ความเป็นมา คำขวัญตำบลบ้านหวาย คือ “อนุสรณ์สถานเมืองรัต พระธาตุนางสิงขรเทวี ประเพณีทอดผ้าป่า ถวายพระพรตแด่คุณปู่บ้าน จำปาพันปีคู่เมือง ลือเลื่องแหล่งข้าวสารดำ วัฒนธรรมงาน บุญบั้งไฟ ”



ภาพที่ 4 – 1 พระธาตุนางสิงขรเทวี



ภาพที่ 4 – 2 เจดีย์พ่อขุนผาเมืองคู่กับต้นจำปาขาว

จากภาพเจดีย์พ่อขุนผาเมืองคู่กับต้นลำทมพพันปีต้นลำทมพพันปี ชาวบ้านเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า จำปาขาว ที่ตั้งตำบลบ้านหวาย ตั้งอยู่ในอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของอำเภอหล่มสัก และมีระยะทางห่างจากอำเภอหล่มสัก ประมาณ 5 กิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดต่อกับ เขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสัก จังหวัด เพชรบูรณ์ โดยมีแนวเขตเริ่มต้นจากจุดกึ่งกลางคลองกาละเลาบริเวณพิกัด ผ่านทุ่งนามาทิศตะวันออกมา ไหลตามคลองเหมืองกลางขึ้นไปทางทิศเหนือไปตัดถนน หล่มสัก – บ้านคิ้ว ไปตามคลองชลประทาน ทางทิศตะวันออกไปตัดถนนคลองชลประทาน ข้ามคลองชลประทานไปทางทิศตะวันออก สิ้นสุดที่ กึ่งกลางคลองเหมือง บ้านห้วย ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร

ทิศใต้ติดต่อกับตำบลปากช่อง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีแนวเขต เริ่มต้น ไปทิศตะวันตกตามคลองห้วยไผ่ผ่านอ่างเก็บน้ำกรมพัฒนาที่ดิน ผ่านคลองชลประทานบริเวณ ไปตามลำห้วยโป่งทางทิศตะวันตก ไปสิ้นสุดบริเวณกลางห้วยโป่ง ระยะทางประมาณ 8 กิโลเมตร

ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลบ้านคิ้ว อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีแนว เขตเริ่มต้นจุดกึ่งกลางคลองเหมืองบ้านห้วย ลงมาทางทิศใต้ตามลำเหมืองบ้านห้วยผ่านทุ่งนามาเหนือ โรงเรียนบ้านหนองไผ่ ถึงถนนลูกรังท้องถิ่น ไปทางเนินเขาแทนช้าง ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลตาเลียว อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีแนว เขตเริ่มต้นจากบริเวณกลางหมู่บ้านห้วยโป่ง ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือไปหาจุดสุดคลองชลประทาน ผ่านทุ่งนาไปทางทิศเหนือไปสิ้นสุด ระยะทางประมาณ 1.5 กิโลเมตร

พื้นที่ตำบลบ้านห้วย นั้นมีพื้นที่ ทั้งหมด 30.46 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศ

เป็นที่ราบลุ่ม พื้นดินอุดมสมบูรณ์ มีคลองชลประทานไหลผ่านเหมาะแก่การเพาะปลูก

สภาพภูมิอากาศ โดยทั่วไปของตำบลบ้านห้วย อากาศเย็นกับมีหมอกในตอนเช้า กลางวัน อากาศจะร้อนจัดสามารถวิเคราะห์สภาพอุณหภูมิอากาศออกเป็น 3 ฤดู ดังนี้ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่ เดือน มีนาคม ถึง เดือน มิถุนายน ฤดูฝน กรกฎาคม ถึง เดือน ตุลาคม ฤดูหนาว พฤศจิกายน ถึง เดือน กุมภาพันธ์

เขตการปกครอง องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านห้วย แบ่งเขตการปกครองเป็น 7 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1 บ้านห้วยโป่ง หมู่ที่ 2 บ้านนาแดง หมู่ที่ 3 บ้านห้วยไต้ (ดอนแก) หมู่ที่ 4 บ้าน ห้วยเหนือ หมู่ที่ 5 บ้านห้วยไต้ หมู่ที่ 6 บ้านร่องบง หมู่ที่ 7 บ้านโนนสาวเอ้

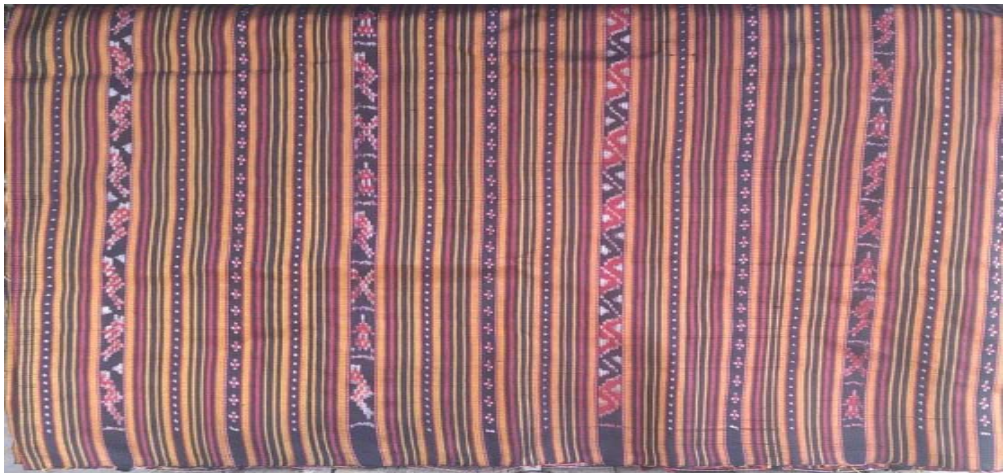
ในปัจจุบันตำบลบ้านห้วยมีการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้้อย่าง เหนียวแน่น ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่ม อยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลาเทศกาล งานบุญ ถิ่นนิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นห้าวแดงตีนก่าน



ภาพที่ 4 – 3 แสดงการแต่งกายชาวไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน

1.4 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย ได้แก่ ซิ่นหัวแดงตีนกำน ผ้าแพรลาย
ไส้ปลาไหลมีทั้งชนิดไหมและฝ้าย ย้อม



ภาพที่ 4 – 4 ลวดลายผ้าไทหล่มมีทั้งผ้าไหมและไหมสังเคราะห์



ภาพที่ 4 – 5 ลวดลายผ้าแพรลายไล่ปลาไหล



ภาพที่ 4 – 6 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าย่ามไทหล่ม

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย พบว่า กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยมีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้อย่างเหนียวแน่น ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลา มีเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน

ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า พบว่า กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของผ้าทอใช้สีเคมีในการย้อม ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ชิ้นหัวแดงตีนกำน หัวชีน ตัวชีน ตีนชีน ย่าม ผ้าแพรลายไส้ปลาไหล

ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องนุ่งห่มให้มีความร่วมสมัย เช่น เสื้อ กระโปรง เป็นต้น

2 บริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก

2.1 บริบทของหมู่บ้านวังร่อง

จากการสัมภาษณ์ คุณหนูเบง พาหา ประธานกลุ่ม ได้เล่าว่า ประวัติของหมู่บ้านวังร่อง นั้น คนแรกของหมู่บ้าน คือ ปู่หมื่นผุยได้ไปรบในสงครามสมัยนั้น ปู่ผุย ลาค่า รบชนะกลับมาได้รับการแต่งตั้งเป็น หมื่นผุย ลาค่า ในสมัยนั้นปู่ผุยเป็นคนบ้านดัว แต่ในช่วงนั้นบ้านดัวไม่มีแม่น้ำใหญ่ไหลผ่าน จึงได้ชวนน้องชาย คือ ปู่ผาย ปู่ช้าง สามพี่น้องมาดูพื้นที่แถบแม่น้ำป่าสัก เพราะเป็นแม่น้ำใหญ่พอมารับเห็นเกิดความพอใจ เพราะเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ จึงได้ตัดสินใจมาอยู่ต่อสักระยะหนึ่งก็มีหมื่นผายุทธะชน เป็นรุ่นน้องได้ตามมาอยู่ด้วย แต่ยังไม่มีการตั้งชื่อหมู่บ้านมีเรียกเล่นๆว่า บ้านน้ำสัก เพราะติดกับแม่น้ำป่าสัก ต่อมามีคนย้ายเข้ามาอยู่เรื่อยๆ จึงมีการสร้างวัดขึ้นติดกับแม่น้ำป่าสักหน้าวัดมีวังใหญ่อยู่จึงตั้งชื่อหมู่บ้านว่า บ้านวังร่อง

2.2 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

การจัดตั้งกลุ่มเกิดขึ้นจากความสนใจของแม่บ้านกลุ่มหนึ่ง ซึ่งแม่บ้านกลุ่มนี้ได้มีพื้นฐานความรู้เรื่องการทอผ้าตั้งแต่สมัยยังไม่มีครอบครัว เคยทำตามผู้ปกครองเมื่อแต่งงานมีครอบครัวก็ไม่ได้มีการทอผ้าอีกเลยจนกระทั่งแม่บ้านกลุ่มนี้มาสมัครเรียนการศึกษาขั้นพื้นฐานกับศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ตำบลสักหลาดศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียนอำเภอหล่มสักได้ทราบจากครูผู้สอนว่าจะเข้าไปประสานงานกับกลุ่มทอผ้าที่กระตูกหมู่ที่ 5 บ้านขวัญโยน ตำบลสักหลาด จึงเกิดความคิดที่จะไปดูและศึกษาเมื่อได้ไปเห็น กลับมาบ้านก็เล่าสู่กันฟัง ซึ่งในช่วงนั้นแม่บ้านว่างจากงานประกอบงานอาชีพหลัก คือ อาชีพเกษตรกรรม อีกทั้งตัวเองก็มีความเกี่ยวข้องกับที่กระตูก จึงเกิดความคิดอยากทำอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ในเวลาว่าง จึงได้ปรึกษากับครูศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน ตำบลสักหลาด และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลสักหลาด ถึงวิธีการตั้งกลุ่มของงบประมาณสนับสนุน โดยขั้นแรกรับการฝึกทักษะการทอผ้าจากวิทยากรของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกจากหมู่ที่ 5 บ้านขวัญโยน ตำบลสักหลาด โดยส่งตัวแทนมาฝึกก่อน 3 คน จากนั้นได้โครงการเสนอของบประมาณการซื้อที่กระตูกจากองค์การบริหารส่วนตำบลสักหลาดและได้จัดตั้งกลุ่มทักษะอาชีพการทอผ้าที่กระตูกขึ้น โดยมีสมาชิกจำนวน 20 คน โดย

ศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียนอำเภอหล่มสักให้งบประมาณจัดหาวิทยากรมาให้ความรู้หลักสูตรจำนวน 100 ชั่วโมงและวัสดุในการทอผ้าเป็นเงิน จำนวน 13,000 บาท ดำเนินการระหว่างวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา

บ้านวังร่อง หมู่ที่ 8 ตำบลสักหลาด อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้งบประมาณ จากองค์การบริหารส่วนตำบลสักหลาด อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2547 กลุ่มทอผ้าที่กระตุกได้รู้จักของหน่วยงานราชการมากขึ้น ทางศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียนได้สนับสนุนงบประมาณต่อยอดให้มีการฝึกอบรม 1 ครั้ง 30 วัน เพื่อเพิ่มการดำเนินงานดังกล่าวมีผู้สนใจเข้าเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้น แต่ยังคงครูพันธุ์วัวสดอุปการณ์ และสมาชิกยังขาดทักษะบางอย่างให้ดำเนินงาน จากหน่วยงานราชการสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมให้แก่สมาชิก ให้มีความรู้ในการออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ และการตลาด เพื่อนำไปประกอบอาชีพต่อไป วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

1. เพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อได้ช่วยเหลือครอบครัว
2. ส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
3. ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีงานทำ ไม่ข้องเกี่ยวกับยาเสพติด
4. เพื่อให้ครอบครัวอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข
5. เป็นการสร้างรายได้สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

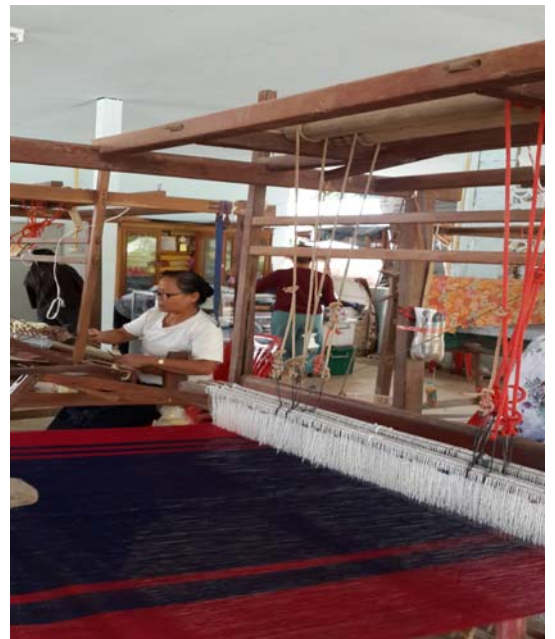
คณะกรรมการกลุ่มทอผ้าที่กระตุกบ้านวังร่อง หมู่ที่ 8 ตำบลสักหลาด อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 9 ท่านดังต่อไปนี้

- | | | |
|------------------|--------|-----------------|
| 1. นางหนูเบง | พาหา | ประธาน |
| 2. นางสมัคร | จันทร์ | รองประธาน |
| 3. นางหนัก | ผิว่อง | เลขานุการ |
| 4. นางเทียมจิตต์ | อินแนน | เหรัญญิก |
| 5. นางบัวคาน | ยายอด | ผู้ช่วยเหรัญญิก |
| 6. นางสมาน | ชาหลง | กรรมการ |
| 7. นางกองรัก | ผิว่อง | กรรมการ |
| 8. นางคำخين | มานูญ | กรรมการ |
| 9. นางมด | ท่ามา | กรรมการ |



ภาพที่ 4 – 8 ภาพสมาชิกของกลุ่มทอผ้าที่กระตุกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก

ที่มา : หนูเบง พาหา , 2561



ภาพที่ 4 – 9 ภาพแสดงการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าที่กระตุกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก

ที่มา : หนูเบง พาหา , 2561

ประวัติความเป็นมาของผ้าทอลายราชวดีมีประวัติไม่แน่นอนซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า 100 ปีมาแล้วจากการบอกเล่าสืบต่อกันมาของผู้เฒ่าผู้แก่ได้ใจความว่า เริ่มมีการทอในช่วงปลายกรุงศรีอยุธยา หรือช่วงต้น

รัตนโกสินทร์ สมัยก่อนทอใช้กันในครัวเรือน และแจกจ่ายให้ญาติมิตร จึงทำผ้าที่ทอออกมาเป็นผ้าเรียบไม่มีลวดลายอะไร

ต่อมาไทยมีการติดต่อซื้อขายกับต่างประเทศ จึงได้รับการถ่ายทอดตกแต่งลวดลายผ้าด้วยการทอยกดอก เมื่อก่อนจะเรียกลาย “ก้านแย่ง” เมื่อพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ได้เสด็จมาประทับที่เมืองสงขลา และเจ้าเมืองสงขลาได้นำผ้าเกาะยอที่ชนะการประกวดขึ้นถวายเป็นที่พอพระทัย จึงพระราชทานนามให้ใหม่ว่า “ลายราชวัตถ์” ซึ่งแปลว่า “ผ้าราชา” และเป็นลายที่ได้รับความนิยมถึงปัจจุบัน ผ้าทอลายราชวัตถ์เกิดพร้อมผ้ามุขในตำบลบ้านคว่ำ อำเภอห้วยม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งผู้เฒ่าผู้แก่เล่ากันว่า ในสมัยก่อนคุณตาทวดปู่ลาคำ ได้ออกรบในสมัยนั้นและได้ชัยชนะกลับมา และได้เลื่อนยศเป็นหมื่นในสมัยนั้น และคุณยายทวดลาคำ มีฝีมือทางด้านทอผ้าเป็นอย่างมากอีกทั้งยังต้องการทอผ้าไว้สำหรับแขกบ้านแขกเมืองในสมัยนั้น คุณยายทวดลาคำ ได้ฝึกทอผ้าลายราชวัตถ์ให้กับคุณแม่คำ ลาคำในฐานะเป็นลูกสะใภ้และคุณแม่คำ ได้ถ่ายทอดให้ลูกหลานเป็นมรดกสืบทอดกันมาอีกหนึ่งเพื่อเป็นภูมิปัญญาของคนรุ่นหลัง ซึ่งการทอผ้าลายราชวัตถ์ในสมัยก่อนมีความยากลำบากพอสมควร เริ่มโดยจากการปลูกฝ้ายเอง แล้วนำมาตีเป็นเส้นใยแล้วนำมาปั่นเป็นเส้นด้าย จากนั้นนำมาย้อมโดยใช้ธรรมชาติเช่น จากเปลือกไม้ แล้วนำด้ายมาทอแล้วนำมาทอ (เดินด้าย) แล้วนำมาสับ (สอดฟันหวี) แล้วเก็บตะกรอเสร็จแล้วนำมาเหยียบจากนั้นทำการทอสีของผ้า เลือกสีตามใจชอบไม่ค่อยมีให้เลือกมากนัก ซึ่งผ้าราชวัตถ์ในสมัยนั้น จะทอเป็นผ้าห่มหรือผ้าถุง

ต่อมาจนได้มาเป็นก็กระตุกเกิดขึ้นจากผู้ที่เคยทอผ้าแบบเก่าเลยนิยมใช้ก็กระตุกกันมากขึ้นเพราะว่าเนื้อผ้ามีความเรียบและละเอียดกว่ามีความรวดเร็วและกำลังการผลิตมากกว่า และเพิ่มลวดลายได้เยอะกว่าเนื้อผ้ามีความคงทน การทอผ้าลายราชวัตถ์ ที่ใช้ทอก็กระตุกมีความแตกต่างจากสมัยก่อนมาก ปัจจุบันใช้ไหมประดิษฐ์ หรือไหมแท่งก็ได้ เลือกสีได้ตามใจชอบหรือเลือกสีย้อมสีได้ตามใจชอบแล้วนำด้ายมาทอใส่หลอดแล้วนำมาเดินด้าย แล้วนำมาสอดฟันหวีแล้วนำด้ายมารีดแล้วนำเข้าก็กระตุกคัดลายแล้วเก็บตะกรอซึ่งมี 4 ตะกรอ ในการเก็บตะกรอคัดลายใช้เวลาในการคัดลายละเอียดและนานมากเพราะต้องเก็บทีละเส้นเพื่อให้เกิดลายจึงต้องใช้สมาธิและความตั้งใจสูง จากนั้นก็ผูกทำเหยียบและทำการทอซึ่งสีของอาจเลือกสีส้ม แดง หรือดำ ตามใจชอบและมีสีที่โดดเด่นมากขึ้นมีการดัดแปลงมาตัดเป็นชุดเสื้อผ้าถุงลายราชวัตถ์ให้มีความแปลกใหม่มากขึ้น

ขั้นตอนการผลิต

1. จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
2. เลือกสีด้ายตามที่ต้องการ
3. นำด้ายมาปั่นให้หมด
4. นำด้ายมาเดินสำหรับเครื่องเดินด้าย
5. นำเส้นด้ายไปสอดฟันหวี
6. นำเส้นด้ายออกมารีดด้วยเครื่องรีด เพื่อให้เส้นด้ายออกมาสวย และเรียบ
7. ยกออกจากเครื่องรีด นำเข้าก็้ออีกครั้ง เพื่อคัดลายตามที่ต้องการ ต่อด้วยเก็บตะกอ
8. ทำการทอผ้า

แหล่งวัตถุดิบ คือ เส้นด้าย จากกรุงเทพ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาคุณภาพของเส้นด้ายที่มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้นและมีการปรับปรุงลายผ้าให้มีความสวยงาม เพื่อให้เป็นที่พอใจของลูกค้ามากขึ้น

ด้านบรรจุภัณฑ์ ในอดีตมีการบรรจุภัณฑ์ด้วยถุงพลาสติก ปัจจุบันมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นการบรรจุใส่กล่องที่ออกแบบเองเพื่อให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

2.3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก

ได้แก่ ผ้าทอลายราชวดี ผ้าจีนลายวัดถ้ำ กระเป๋ หมวก ผ้าคลุมไหล่ ดังภาพ



ภาพที่ 4 – 10 ภาพแสดงผลภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก

ที่มา : หนูเบง พาหา , 2561

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง พบว่า กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่องมีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่องได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลาเมื่อเทศกาลงานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นห้าวแดงตีนกำน และขณะเดียวกันมีการพัฒนาคิดค้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองไทหล่มให้มีความหลากหลาย ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่องมีสินค้าที่หลากหลายเพราะผู้นำกลุ่มเป็นผู้ที่มีความสนใจด้านความต้องการของผู้บริโภค และผลิตสินค้าผ้าทอพื้นเมืองในเชิงพาณิชย์ได้

ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่กระตูก ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า พบว่า กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติและการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม และมีความโดดเด่นในการทอลายราชวัดถ์

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นห้าวแดงตีนกำน ผ้าทอลายราชวัดถ์ กระเป๋า หมวก ผ้าคลุมไหล่

ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ ของชำร่วย ของฝากให้มีคุณภาพ และมีความร่วมสมัย

3 บริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดิว อำเภอหล่มสัก

3.1 ความเป็นมาของกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดิว อำเภอหล่มสักตำบลบ้านดิวตั้งอยู่ในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ระยะห่างจากอำเภอหล่มสักประมาณ 8 ก.ม.ห่างจาก จ.เพชรบูรณ์ 52 กม. เป็นตำบลที่มีผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจ คือ ยาสูบมี 12 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านปากห้วย บ้านกกเดื่อ บ้านดิว บ้านดิว บ้านหัวนาเลา บ้านนุ่งผักหม บ้านทุ่งนาทอน บ้านท่า บ้านห้วยโปร่ง บ้านหนองผือ บ้านป่าแกครือ และบ้านไร่นาเจริญ

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลห้วยไร่ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ทิศใต้ ติดกับ ตำบลปากช่อง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

ทิศตะวันออก ติดกับ เทือกเขาเพชรบูรณ์

ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลบ้านห้วย และ ตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

3.2 ความเป็นมาของกลุ่ม

ในสมัยก่อน ปู่ ย่า ตา ยาย มีความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย และพอเพียง มีการทำเครื่องนุ่งห่มขึ้นมาใช้เองโดยการอาศัยการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ฝ้าย ที่ได้จากดอกของต้นฝ้ายที่ปลูกอยู่ในครัวเรือน และทอผ้าทอไร โดยผู้หญิงในสมัยก่อนเมื่อว่างจากการทำเกษตรกรรม จะเก็บเอาดอกมาผ่านกรรมวิธีต่างๆ จนได้ออกมาเป็นเส้นด้ายแล้วนำมาทอเป็นผืนผ้า จากนั้นก็นำไปเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น ผ้าห่ม เสื้อ ผ้าซิ่น ผ้านุ่ง เป็นต้น และได้มีการสืบทอดการทอผ้าฝ้ายจากรุ่นสู่รุ่น จนมาถึงปัจจุบันได้มีการนำมาดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัยโดยการทอให้มีลวดลาย และการตัดเย็บในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ทันสมัยมากขึ้น

สถานที่ตั้งของกลุ่ม บ้านเลขที่ 11 หมู่ 3 ตำบลบ้านดิว อำเภอหล่มสัก ประธานกลุ่มคือ นางจำหรีด สาพู

อัตลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าฝ้ายบ้านดิว คือ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าฝ้าย นี้มีลักษณะเด่นคือ การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติคือฝ้ายจากธรรมชาติ จึงไม่มีสารพิษตกค้างและไม่เป็นอันตรายแก่ผู้สวมใส่ สีนํ้ามีความหลากหลาย และมีลวดลายสวยงามเป็นเอกลักษณ์ แหล่งจำหน่าย ได้แก่ จำหน่ายในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ และต่างจังหวัด

ระดับความสัมพันธ์กับชุมชน ทางกลุ่มมีการนำบุคคลในชุมชนที่ว่างงาน และไม่มีรายได้มาฝึก การทอผ้าฝ้าย เพื่อส่งเสริมรายได้พิเศษและยังจัดอบรมให้กับเยาวชน เพื่ออนุรักษ์การทอผ้าฝ้ายให้อยู่คู่ กับชุมชนสืบไป



ภาพที่ 4-11 ภาพคุณแม่ครูจําหรีด สาพู (ซ้ายมือ) ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านตัวและสมาชิกกลุ่ม



ภาพที่ 4-12 แม่ครูจําหรับัด สาพู (ซ้ายมือ) ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านดัว



ภาพที่ 4-13 ภาพแม่ครูจําหรับัด สาพู ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านดัวย้อมผ้าฝ้ายไทหล่ม

3.3 ผลิภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านต๊าว อำเภอหล่มสัก



ภาพที่ 4 -14 ผลิภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านต๊าว ตัวชิ้น ย่อม หัวชิ้นลายขีด ผ้าแก้มม้า ผ้าฝ้ายแบบพื้น



ภาพที่ 4 -15 แสดงลวดลายตัวชิ้นไท่หล่มของกลุ่มบ้านต๊าว



ภาพที่ 4-16 แสดงการเก็บวัตถุดิบของกลุ่มทอผ้าบ้านตัว

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านตัว พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านตัว มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบันระดับมากสมาชิกกลุ่มอายุ 57 ปีขึ้นไป ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีปราชญ์เรื่องผ้าทอผ้าไทหล่มได้เป็นอย่างดี และกลุ่มได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน

ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านตัว ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า และใช้เส้นใยแบบผสมผสานในการทอผ้าในผืนเดียวกัน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ้าทอคือ ดอกฝ้าย เปลือกไม้ การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติและการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นหัวแดงตีนกำน ย่อม ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขาวม้า ผ้าห่ม ผ้าฝ้ายแบบผืน

ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ ของชำร่วย ของฝาก แต่พบว่ากลุ่มยังขาดแคลนเรื่องงบประมาณในการซื้อวัตถุดิบและพัฒนาสินค้า

4 บริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า

4.1 ความเป็นมาของเมืองหล่มเก่า “เมืองขมจีน ถิ่นมะขามหวาน เทศกาลแข่งเรือยาว ชมหมอกหนาวภูทับเบิก จิตรกรรมล้ำเลิศวัดนาทราย” ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดศรีฐานปิยาราม ชุมชนเก่าแก่กว่า 100 ปี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ มีการอนุรักษ์พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านเล่าเรื่องวิถีชีวิตประวัติความเป็นมาของชุมชน ผ้าจีนมัดหมี่ ห้วยแดงตีนก่าน ชุมชนวัดศรีฐานปิยาราม ตำบลวังบาล อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความโดดเด่นในเรื่องของการเป็นชุมชนคุณธรรม เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หล่มเก่า หรือวิถีไทหล่ม

กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาลตั้งอยู่ที่ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช วัดศรีฐานปิยารามตำบลวังบาล ซึ่งเป็นโรงเรียนผู้สูงอายุ ที่ทุกสัปดาห์ผู้สูงอายุในละแวกนี้จะมารวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมทอผ้าพื้นเมือง ซึ่งปกติชาวบ้านส่วนใหญ่จะเป็นชาวไร่ชาวนาและทอผ้าเป็นอาชีพเสริม โดยสืบสานการทอผ้ามาจากบรรพบุรุษ และถ่ายทอดให้ลูกหลานได้เรียนรู้เพื่อนำไปประกอบอาชีพ

ขั้นตอนการทอผ้า จะเริ่มจากการอ้วฝ้าย เอาเม็ดออก นำมาตีฝ้าย ล้อฝ้าย เช้นฝ้าย ให้เป็นเปียฝ้ายเก็บไว้เป็นระเบียบ และนำมาใส่กรงเพื่อกวักฝ้าย ทำเป็นเส้นยืน หรือทำเป็นหลอดด้าย เพื่อให้เป็นเส้นพุ่งในการทอ โดยผ้าผืนจะใช้เวลาในการทอราว 3 วัน ราคาจะต่างกันไปแล้วแต่ลวดลาย

คนหล่มมีวัฒนธรรม ประเพณีและภาษาของตนเองที่มีอิทธิพลจากวัฒนธรรมล้านช้าง คนหล่มสืบเชื้อสายมาจากคนลาวที่มีถิ่นกำเนิดจากเมืองหลวงพระบาง ที่คนไทยเคยเรียกว่า ลาวพุงขาว ภาษาที่ใช้พูดกันก็เป็นแบบลาวหลวงพระบาง แม้จะมีสำเนียงทางเสียงต่างกันไปบ้างในแต่ละสถานที่ ภาษาหล่มนี้มีเอกลักษณ์ที่ฟังไ้เพราะ มีโทนเสียงงดงาม นุ่มนวลเหมือนภาษาล้านนาแต่ศัพท์จะเป็นแบบภาษาอีสาน

ด้านวิถีชีวิตและอาหารการกิน วิถีชีวิตคนหล่มเก่าจะเรียบง่าย นับถือเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา มีการทำบุญตักบาตรกันเป็นประจำ

ด้านประเพณีและความเชื่อ นอกจากพุทธศาสนาแล้ว คนหล่มยังคงนับถือวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ โดยเกือบทุกหมู่บ้านทั้งในเมืองและนอกเมืองจะมี หอเจ้าพ่อ เป็นที่สถิตเจ้าพ่อซึ่งเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณและคุ้มครองให้ได้รับความปลอดภัยและเจริญรุ่งเรือง เช่น เจ้าพ่อขุนขวง เจ้าพ่อสามดาว เจ้าพ่อหนองบัว เจ้าพ่อหนองคู เจ้าพ่อพระพรหม เป็นต้น

ในหล่มเก่ามีวัดที่เก่าแก่จำนวนมาก สะท้อนยืนยันให้เห็นความสัมพันธ์เป็นเชื้อสายเดียวกันกับคนหลวงพระบางที่มีศิลปะล้านช้าง ได้แก่ หลวงพ่อใหญ่ 3 วัดได้แก่ วัดศรีมงคลบ้านหินกลิ้ง วัดตาล และวัดทุ่งธงไชย สิมโบราณที่วัดศรีบุญเรืองบ้านนาซำ วัดโพธิ์ทองบ้านน้ำครั่ง วัดศรีมงคลบ้านนาทราย และวัดม่วงเย็นบ้านน้ำอ้อย ศาสนสถานที่สำคัญอื่นๆ ก็มีกระจายเช่น หลวงพ่อขาวที่บ้านวัดตาล พระธาตุที่วัดพลแพงบ้านนาแซง พระธาตุปู่เฒ่า พระธาตุในวัดศรีฐานและพระธาตุคุดยสะเกิดบ้านวังบาล พระธาตุที่วัดศรีมงคลบ้านหินกลิ้ง พระธาตุวัดม่วงชุมบ้านพรวน และพระธาตุภูผาชัยสวรรค์บ้านภูผักไข่ นอกจากนี้ยังมีพระพุทธรูปนอนตะแคงซ้ายและพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิงอยู่วิหารหลังโบสถ์วัดทุ่งธงไชย

ด้านศิลปะพบว่า ที่หล่มเก่ามีศิลปะที่มีความโดดเด่นสวยงามคือ จิตรกรรมฝาผนังในสิมวัดศรีมงคลบ้านนาทราย และจิตรกรรมเสาแปดเหลี่ยมที่ศาลาวัดทรายงามบ้านห้วยมะเขือ มีชื่อหมู่บ้านต่าง ๆ ในหล่มเก่าก็มีความแปลกและน่าสนใจถึงความหมายและที่มา เช่น หินกลิ้ง หินฮาว โຈะโหะ วังเวิน วังบาล ท่าผู ภูผักไข่ ปาผา ทับเบิก นาแซง นาเกาะ แก่งโตน สงเปลือย คีลา ตาดกลอย เป็นต้น

ด้านอาหารของชาวไทหล่ม พบว่าในตลาดสดเมืองหล่มเก่ามีวัตถุดิบของสดมากมายที่สามารถนำไปปรุงอาหารบ้านพื้นบ้านชนิดต่าง ๆ ตามฤดูกาลได้ เช่น ผักบักกั้ง แฉ่วจี่ปู แฉ่วจี่ปลา หมกอีฮวก แกงน่องวัว น้ำยาอออด้อ น้ำยาปู อูดุดหน่อไม้ หมกปู ไข่กรอก หมกหน่อไม้ หมกหยวก ชุปบักมี้ ซ่าแตง และของกินที่ขึ้นชื่อของหล่มเก่าที่โด่งดังไปทั่วประเทศ นั่นคือ ขนมเส้นหล่มเก่า ที่ใช้วิธีบีบเส้นสด มีน้ำพริกและเครื่องเคียง ผักแกล้มมากมาย และที่สำคัญที่สุด หล่มเก่าเป็นแหล่งกำเนิดมะขามหวานของประเทศไทย

ด้านพิธีกรรมในท้องถิ่นพบว่า มี “พิธีปั่ว” รักษาโรคภัยไข้เจ็บ ส่วนเทศกาลงานประเพณีที่สำคัญของคนหล่ม เช่น การแข่งเรือลาพรรษา บุญบั้งไฟ การแห่ต้นผึ้ง งานขนมเส้นหล่มเก่า



ภาพที่ 4 – 17 แสดงที่ทำการกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า



ภาพที่ 4 – 18 แสดงกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า



ภาพที่ 4 – 19 แสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า



ภาพที่ 4 – 20 แสดงกิจกรรมของกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า

ที่มา : มานิตย์ นาคแก้ว, 2561

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล พบว่า กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน

ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า พบว่า กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติน้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นหัวแดงตีนกำน ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ากรอม ผ้าลายราชวัตร กระเป๋าลือสุภาพสตรี

ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของชำร่วยของฝาก เหมาะกับกิจกรรมของผู้สูงวัย

5 บริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า

5.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม กลุ่มทอผ้าไหมบ้านภูฝักไข่ ได้ตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2530 เป็นการรวมกลุ่มทอผ้าเป็นอาชีพโดยมี นางยิ้ม กิวัน เป็นประธานกลุ่มคนแรก ต่อมาเป็น นางตลับ อินสูง และ นางวง แก้วต้อย ตามลำดับ ปัจจุบันนางวง แก้วต้อย เป็นประธานกลุ่มปัจจุบัน ประธานกลุ่มทอผ้าจะถูกเลือกและแต่งตั้งจากสมาชิกกลุ่มทอผ้า กลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ มีสมาชิกจำนวน 32 คน โครงสร้างของคณะกรรมการจัดการกลุ่มประกอบด้วย ประธาน 1 คน รองประธาน 1 คน และ กรรมการ 2 คน ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 32 หมู่ 7 ตำบลหินสว อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นบ้านของนางละม่อม แก้วเหลี่ยม เป็นทั้งที่พักพิงภักดิ์พื้นบ้านและเป็นที่ทำการของกลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาที่คนไทหล่มถ่ายทอดสู่ลูกหลาน

ในปี พ.ศ. 2546 กลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ได้ส่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายผักแว่นเข้าประกวด ทำให้กลุ่มผ้าทอบ้านภูฝักไข่ ได้รับคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น ระดับ 3 ดาว ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2556 (OTOP Product Champion)



ภาพ 4 – 21 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ของกลุ่มผ้าทอบ้านภูฝักไข่ คัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น
ระดับ 3 ดาว ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
(ที่มา : ปิยะวัน เพชรหมี่ , 2561)

ในปีพ.ศ. 2557 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ของกลุ่มผ้าทอบ้านภูฝักไข่ ได้รับคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น ระดับ 3 ดาว ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2557 (OTOP Product Champion) ในปีเดียวกันนั้นหมู่บ้านภู

ผักไข่ได้รับรางวัลหมู่บ้านอาสาพัฒนาตนเอง ด้วยสำนักพัฒนาชุมชน ได้เห็นถึงควมมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดของชาวบ้านภูผักไข่ ในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ชาวบ้านมีความรู้ ความสามารถในการรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้าน มีความเข้าใจในการประกอบอาชีพ รวมทั้งชาวบ้านบ้านภูผักไข่นั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกัน แก้ไขปัญหาเรื่องความมั่นคงภายในชุมชน และต่อมาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ได้เริ่มเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนเงินทุน จัดฝึกอบรม การย้อมสีผ้าและไหม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้า การรวมกลุ่มทอผ้าของกลุ่มแม่บ้านจนเป็นที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้นมีหลากหลาย ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า และผ้าตัวหนังสือ (หน่วยงานราชการต่างนิยมสั่งทอเพื่อใช้ติดเสื้อของหน่วยงาน)

ในปี พ.ศ. 2559 ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไข่ ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประจำปี พ.ศ.2559

ในปี พ.ศ. 2551 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหล่มเก่า ได้เข้ามาดูแลโดยให้การสนับสนุนกระบวนการสร้างกลุ่มและเงินทุนจำนวนหนึ่ง (350,000 บาท) ในการบริหารงาน ในการจัดซื้อวัตถุดิบอุปกรณ์ในการทอผ้า เช่น เส้นใยไหมประดิษฐ์ ไหมแท้ ด้าย หลอด กี่กระตุก กระสวย และฟืม เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2552 สำนักงานวัฒนธรรมอำเภอหล่มเก่า ได้พัฒนาและสนับสนุนให้กลุ่มเป็นศูนย์วัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนตำบลหินสาว โดยได้สนับสนุนงบประมาณ (2,500 บาท) ในการเดินฝักรอบมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โรงเรียนหล่มเก่าพิทยาคมและสำนักงานที่ดินจังหวัดเพชรบูรณ์ และหน่วยงานพัฒนาชุมชนอำเภอหล่มเก่าได้เสนอให้กลุ่มทอผ้าไหมบ้านภูผักไข่ให้เป็นสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้เสนอผลิตภัณฑ์ ผ้ามัดหมี่เส้นใยประดิษฐ์ เพื่อ คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว

ในปี พ.ศ. 2553 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ของกลุ่มผ้าทอบ้านภูผักไข่ ได้รับคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ประเภทเครื่องแต่งกาย ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 (OTOP Product Champion)

แม้ว่าทางกลุ่มทอผ้าฯ จะได้รับรางวัลในการส่งผลิตภัณฑ์เข้าประกวดเป็นระยะๆ แต่ยังไม่มีการค้นหาถึงเอกลักษณ์ผ้าทอที่ผลิตจากกลุ่ม ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มทอผ้าฯ โดยเฉพาะลวดลายและตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ลายผักแว่น ลายพื้นเมืองของบ้านภูผักไข่ เป็นต้น งานวิจัยนี้จึงต้องการค้นหาเอกลักษณ์ของลายที่บ้านภูผักไข่มีอยู่ และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลต่อไป

กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไข่ มีการบริหารงานในรูปของกลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไข่ ประกอบไปด้วยประธานกลุ่มจำนวน 1 คน รองประธานกลุ่ม 1 คน กรรมการกลุ่ม จำนวน 32 คน โดยมีผังการบริหารงานดังนี้

ประธานกลุ่มทอผ้าฯ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารกลุ่มโดยรวม กล่าวคือทำหน้าที่ดูแลและควบคุมการผลิต การจำหน่าย และมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ทั้งหมด

โดยมีรองประธานกลุ่ม มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการช่วยประธานกลุ่มในการบริหารงานภายในกลุ่ม และรองประธานกลุ่มจะทำหน้าที่แทนประธานกลุ่ม เมื่อประธานกลุ่มไม่อยู่หรือได้มีการมอบหมายให้รองประธานกลุ่ม ได้ทำการแทนส่วนคณะกรรมการกลุ่มนั้นมีหน้าที่ในการบริหารงานกลุ่มร่วมกันกับประธานและรองประธานกรรมการตามตำแหน่งข้างต้น โดยกลุ่มทอผ้านี้ได้ใช้วิธีการคัดเลือกคณะกรรมการ โดยการตกลงกันเองว่า ใครจะปฏิบัติหน้าที่ใด และสมาชิกกลุ่มทอผ้านี้จะทำการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ตำแหน่ง	ความรับผิดชอบ
ประธานกลุ่มทอผ้าฯ นางวง แก้วด้อย อายุ 68 ปี	มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารกลุ่มโดยรวม ดูแลและควบคุมการผลิต การจำหน่าย และมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ทั้งหมดของกลุ่มฯ
รองประธานกลุ่มทอผ้าฯ นางสายคำ ทองยอด อายุ 59 ปี	มีหน้าที่ในการช่วยประธานกรรมการในการบริหารงานภายในกลุ่ม และทำหน้าที่แทนเมื่อประธานไม่อยู่ หรือได้รับมอบหมายให้ทำการแทน
กรรมการกลุ่มทอผ้าฯ นางละม่อม แก้วเหลี่ยม อายุ 55 ปี	กรรมการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ และการตลาด
กรรมการและเลขฯ นางไทรงาม ทองสา อายุ 48 ปี	ประสาน นัดหมาย กำหนดการประชุม จดรายงานการประชุม ตลอดจนจัดทำบัญชีรับจ่ายของกลุ่ม รวมไปถึงการจัดสรรผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกร่วมกับประธาน และคณะกรรมการบริหารงาน



ภาพ 4 – 22 แสดงการทอผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า

5.2 ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า



ภาพ 4 – 23 แสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านภูฝักไข่ อำเภอหล่มเก่า มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้

แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสวดศาล งานบุญ กินยิม ที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน

ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไซ์ อำเภอหล่มเก่า ใช้เส้นใยจากไหม ไหมประดิษฐ์ และเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมธรรมชาติแต่น้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นหัวแดงตีนกำน ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ากรอม ผ้าลายราชวัตร ผ้าคลุมไหล่ ผ้าห่ม หัวซิ่น ตัวซิ่น และตีนซิ่น กระเป๋าสีสุภาพสตรี

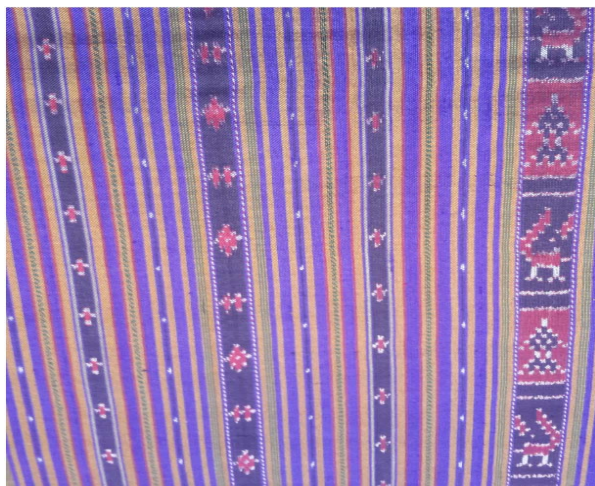
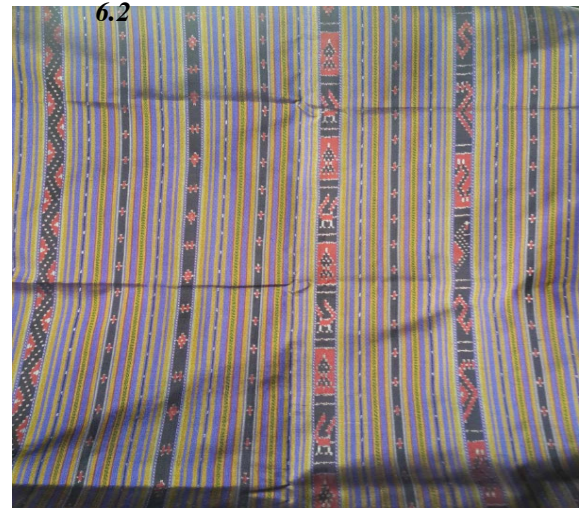
ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของเครื่องประดับ ของชำร่วยของฝาก และกรรมวิธีเทคนิคการย้อมสี

6 บริบทของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิส อำเภอหล่มเก่า

6.1 ประวัติกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิส อำเภอหล่มเก่า

ที่ตั้งกลุ่ม 210 หมู่ 8 ตำบลนาข่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ประธานกลุ่มคือนางทรัพย์ แก้วยม มีจำนวนสมาชิก 35 คน การจัดการของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิส เน้นการทำผ้าทอพื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มแม่บ้านในบ้านอีเลิสหมู่ 8 ตำบลนาข่า แต่ก่อนต่างคนต่างทำ ไม่มีการรวมกลุ่ม จนปี 2544 ได้รับคำแนะนำจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหล่มเก่า ให้ดำเนินกิจกรรมในรูปแบบกลุ่มเพื่อสะดวกแก่การขาย และการซื้อปัจจัยการผลิต

6.2 ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศ อำเภอหล่มเก่า



ภาพ 4 – 24 แสดงลวดลายผ้าทอของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศ อำเภอหล่มเก่า



ภาพ 4 – 25 สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านอิเลศ อำเภอลำเลียง

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้ากลุ่มทอผ้าบ้านอิเลศอำเภอลำเลียง พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านอิเลศอำเภอลำเลียง มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้แสดง

ให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน

ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านอิลีศหล่มเก่า ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติน้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นหัวแดงตีนกำน ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้าย ผ้าไหมมัดหมี่ หัวซิ่น ตัวซิ่น ตีนซิ่น

ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ ของชำร่วย และของฝาก

ตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทหล่มจำนวน 2 กลุ่ม โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ในการคัดเลือกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพนั้น โดยการพิจารณาจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มที่มีศักยภาพ ด้านของผู้นำกลุ่ม ความสามัคคีจากสมาชิกในกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่ม การให้ความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ความมีชื่อเสียง การได้รับการยอมรับ หลังจากนั้น จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (Product Champion) เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าต่อไป

จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ สังเกตและสนทนากลุ่มทอผ้าไทหล่มทั้ง 6 กลุ่มได้แก่ กลุ่มทอผ้าบ้านห้วย กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง กลุ่มทอผ้าบ้านตัว กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล กลุ่มทอผ้าบ้านภูผกั๊ว และกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ค ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทหล่มจำนวน 1 กลุ่ม โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยการพิจารณาจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มที่มีศักยภาพ ในด้านของผู้นำกลุ่ม ความสามัคคีจากสมาชิกในกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่ม การให้ความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ความมีชื่อเสียง การได้รับการยอมรับ หลังจากนั้น จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (Product Champion) เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้เจาะจงเลือกกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก และกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็คอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยมีการบริหารจัดการโดยยึดประธานกลุ่มเป็นหลัก ทั้งนี้มีระบบบริหารในรูปของคณะกรรมการ กลุ่มมีการวางแผนการผลิตแบบง่ายไม่ซับซ้อน โดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการตลาดและลูกค้า กระบวนการผลิตของกลุ่มตั้งแต่การย้อมสี การทอ จะใช้วัสดุจากธรรมชาติและวัสดุจากนอกพื้นที่ และอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบทอดต่อกันมานาน โดยกระบวนการผลิตของกลุ่มเริ่มจากขั้นตอนการคัดสรรเส้นไหมและเส้นฝ้าย กระบวนการย้อมสี ขั้นตอนกระบวนการทอและการเย็บมือ กลุ่มจะมีการตรวจสอบและควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิต กระบวนการผลิตจนถึงผลิตภัณฑ์ที่เสร็จเรียบร้อยเรียบร้อยแล้ว ในด้านการตลาดนั้น ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยมีช่องทางการตลาดหลายเส้นทาง โดยมีช่องทางการตลาดขายปลีกที่ทำการกลุ่ม ช่องทางออนไลน์เฟสบุ๊ค ด้านการจัดการตลาด ประธานกลุ่มโดยคุณแม่หยุ่น ก้อนดี และคุณมนนภา ก้อนดีเป็นหลักในการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยส่วนใหญ่จะผลิตตามคำสั่งหรือใบสั่งของลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานราชการ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น โรงเรียน บริเวณอำเภอหล่มสักเป็นส่วนมาก ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ดำเนินการโดยอาศัยสื่อต่างเช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนตำบล งานแสดงสินค้า และงานประจำจังหวัดเช่นงานมะขามหวาน งานอุ้มพระดำน้ำ งานเส็งกลอง เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวาย พบว่า

1. ปัจจัยด้านผู้นำ ประธานกลุ่มโดยมีคุณแม่ทองหย่น ก้อนดี มีภาวะผู้นำสูง เป็นผู้ผลักดันให้กลุ่มมีการพัฒนาต่อเนื่อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตสาธารณะมีความพร้อมที่จะอุทิศเวลาให้กับกลุ่ม
2. ปัจจัยด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีเอกลักษณ์ ลวดลายผ้าทอมีความดั้งเดิมเป็นผลิตภัณฑ์ที่รักษาวรรณกรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นไว้ กระบวนการผลิตใช้วัตถุดิบทางธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น
3. จากการเข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผ้าทอไทหล่มบ้านหวายมีการเรียนรู้ร่วมกันในกลุ่มและมีการเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่พึงพอใจในผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและผลตอบแทนด้านจิตใจ มีความภาคภูมิใจในผลงาน
4. กลุ่มมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรภายนอกหลายกลุ่มโดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทั้งองค์กรภายในชุมชนและนอกชุมชน ทั้งในส่วนองค์กรภาครัฐ เช่น มีรายการโทรทัศน์มาให้ความสนใจ เป็นต้น
5. แรงงานของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวาย เป็นแรงงานในชุมชน มีเทคนิคและความชำนาญในการทอผ้า มีความชำนาญในตัดเย็บ มีความชำนาญในการมัดหมี่ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวาย พบว่า ปัญหาเรื่องของการกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด เพราะเป็นกระบวนการผลิตใช้แรงงานคนเป็นหลัก และใช้เวลาการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ปัญหาด้านวัตถุดิบการผลิต การสั่งซื้อเส้นไหมต้องรอส่งผลทำให้บางครั้งการผลิตไม่ทันต่อความต้องการ

ประวัติการจัดตั้งกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มบ้านห้วย

จากข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต ผู้วิจัยจัดสนทนากลุ่มแยกเป็นกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปในแต่ละพื้นที่เป้าหมายในหัวข้อเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ได้ข้อสรุป ที่สอดคล้องกันในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในแต่ละพื้นที่เป้าหมาย ดังนี้



ภาพ 4 – 26 ภาพสมาชิกของกลุ่มบ้านห้วย (ที่มา: คุณมนนภา ก้อนดี ,2561)

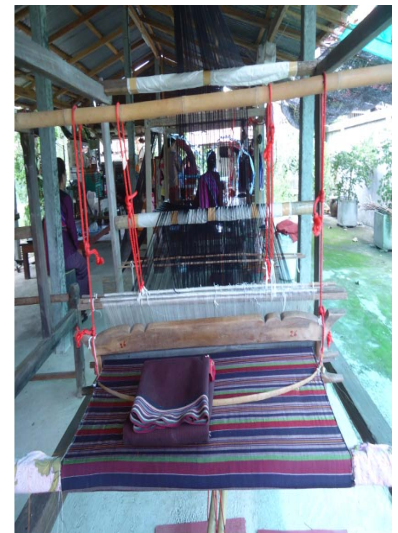


ภาพ 4 – 27 ภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านห้วย

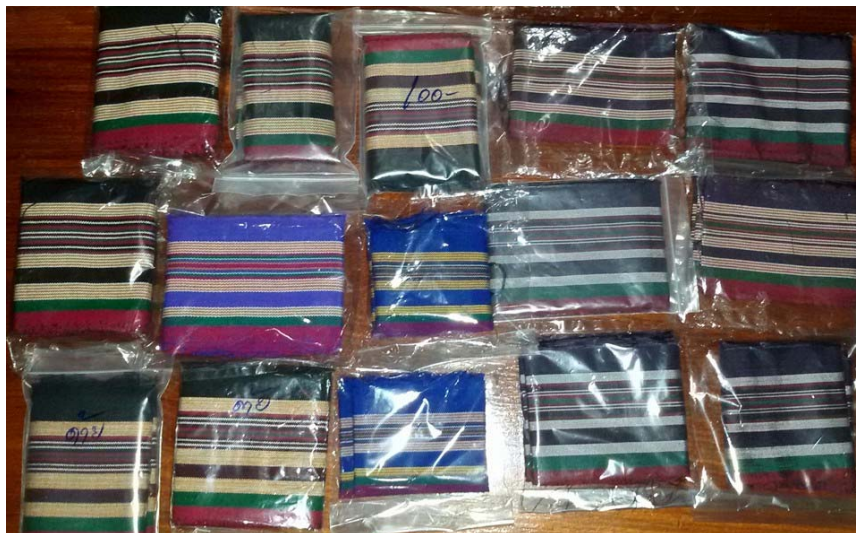
ที่มา: คุณมนนภา ก้อนดี ,2561

1. สภาพปัจจุบันกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มบ้านห้วย

สภาพปัจจุบัน การทอผ้าของชุมชนบ้านห้วยทอเพื่อใช้เองในครัวเรือน ชุมชนบ้านห้วยมีการทอผ้าที่เพิ่มขึ้นจากอดีต มีการรวมกลุ่มการทอผ้าโบราณเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยมีการใช้วัสดุธรรมชาติน้อยลง หันมาใช้ด้ายสำเร็จและสีวิทยาศาสตร์มากขึ้น การทอผ้าส่วนใหญ่โดยเน้นความต้องการของตลาดมากขึ้นแต่ยังคงรักษาลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์และความ ประณีตของงานฝีมือ การรวมกลุ่มการผลิต และการจำหน่ายทำได้อย่างจำกัด ทั้งจำนวนการผลิตและผู้ซื้อคือทอใช้ กันในครอบครัวหรือขายกันในท้องถิ่นที่ใกล้เคียงมีบ้างที่เป็นลูกค้าขาจรบ้าง เนื่องจากการรณรงค์ให้หน่วยงานราชการใส่ชุดพื้นถิ่นทำให้มีปริมาณการซื้อเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้น และขณะเดียวกันผู้ที่เดินทางผ่านมาพบเห็นหรือสนใจผ้าทอพื้นเมืองสามารถซื้อเพื่อใช้งาน หรือซื้อเพื่อเป็นของฝากได้ แต่ยังไม่มากพอที่จะทำให้เกิดรายได้ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มจากเดิมมากนัก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบเดิม ๆ ไม่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจจากกลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ได้



ภาพ 4 – 28 ภาพการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย



ภาพ 4 – 29 ภาพภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย

2. วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย

การวิเคราะห์จุดแข็งของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย พบว่า

1. กลุ่มทอผ้ามีความเชี่ยวชาญในการทอผ้ามัดหมี่เป็นอย่างสูง โดยเฉพาะการทอผ้าแบบโบราณ และสืบทอดการทอผ้าลายโบราณที่มีมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายของตน ซึ่งการทอผ้าเหล่านี้ มีการถ่ายทอดการทอผ้ามาสู่รุ่นลูกๆ จนทำให้เกิดความชำนาญในการทอผ้าเป็นอย่างมาก

2. สมาชิกของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยนี้มีความร่วมมือกัน ช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี

3. ผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร เอกลักษณ์นี้ได้สะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาวไทหล่ม

การวิเคราะห์จุดอ่อนของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยไทหล่ม พบว่า

1. สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และลูกหลานไม่ให้ความสนใจในการทอผ้าเท่าที่ควร ทำให้การทอผ้าแบบโบราณกำลังจะสูญสิ้นหมดไป

2. ความนิยมใช้ผ้าโบราณของผู้บริโภคมีน้อยลง จึงต้องมีการพัฒนาการผลิตให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ตามความต้องการของตลาดมากขึ้น

3. ขาดแรงงานในการทอผ้าแบบโบราณ โดยเฉพาะแรงงานในครัวเรือน ที่ทำการสืบทอดการทอผ้าของแต่ละครัวเรือน ทำให้การผลิตผ้าทอแบบโบราณมีไม่มากพอตามความต้องการของตลาด

การวิเคราะห์โอกาสของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย พบว่า

1. ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผ้าทอให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งรูปแบบการผลิตและลายผ้าในการทอผ้าของกลุ่มฯ

2. นโยบายของรัฐบาลท้องถิ่น ได้มีการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นทำการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยและในสุโขทัย โดยเฉพาะทำให้เป็นโอกาสที่ดีของกลุ่มทอผ้าเนื่องจากมีความต้องการใช้ผ้าทอโบราณของกลุ่มเพิ่มขึ้น

วิเคราะห์อุปสรรคของการทอผ้าของกลุ่มไทหล่มบ้านห้วย พบว่า วัตถุดิบไม่เพียงพอ กลุ่มทอผ้า ต้องทำการซื้อหาวัตถุดิบจากพื้นที่อื่นและจังหวัดอื่นจึงทำให้วัตถุดิบมีความหายาก

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มทอผ้าบ้านอิลิต พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านอิลิตมีการก่อตั้งรวมตัวมานาน ตั้งแต่ 2544 มีการบริหารจัดการโดยยึดประธานกลุ่มเป็นหลัก ทั้งนี้มีระบบบริหารในรูปของ คณะกรรมการ กลุ่มมีการวางแผนการผลิตแบบง่ายไม่ซับซ้อน โดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการตลาด และลูกค้าเหมือน กระบวนการผลิตของกลุ่มตั้งแต่การย้อมสี การทอ จะใช้วัสดุจากธรรมชาติและวัสดุ จากนอกพื้นที่ และอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบทอดต่อกันมานาน โดยกระบวนการ ผลิตของกลุ่มเริ่มจากขั้นตอนการคัดสรรเส้นไหมและเส้นฝ้าย กระบวนการย้อมสี ขั้นตอนกระบวนการ ทอและการเย็บมือ กลุ่มจะมีการตรวจสอบและควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิต กระบวนการผลิตจนถึง ผลิตภัณฑ์ที่เสร็จเรียบร้อยเรียบร้อยแล้ว ในด้านการตลาดนั้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านอิลิต โดยมี ช่องทางการตลาดขายปลีกที่ทำการกลุ่ม ด้านการจัดการตลาด ประธานกลุ่มโดยคุณแม่ทรัพย์ แก้วยม เป็นหลักในการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านอิลิตส่วนใหญ่จะผลิตตามคำสั่งหรือใบสั่งของลูกค้า ลูกค้านส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานราชการ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น โรงเรียน บริเวณอำเภอหล่มเก่า เป็นส่วนมาก ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ดำเนินการโดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล งานแสดงสินค้า และงานประจำจังหวัดเช่นงานมะขามหวาน งานอุ้มพระดำ น้ำ งานแสงกลาง เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าบ้านอิลิต พบว่า

1. ปัจจัยด้านผู้นำ ประธานกลุ่มโดยมีคุณแม่ทรัพย์ แก้วยม มีภาวะผู้นำสูง เป็นผู้ที่มีหลักค้ำให้ กลุ่มมีการพัฒนาต่อเนื่อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตสาธารณะมีความพร้อมที่จะอุทิศเวลา ให้กับกลุ่ม และเป็นผู้รวบรวมองค์ประกอบของชิ้นไทหล่ม ได้แก่ หัวชิ้น ตัวชิ้น ตีนชิ้น
2. ปัจจัยด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีเอกลักษณ์ ลวดลายผ้าทอมีความดั้งเดิมเป็น ผลิตภัณฑ์ที่รักษาวรรณกรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นไว้ กระบวนการผลิตใช้วัตถุดิบทาง ธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น
3. จากการเข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผ้าทอบ้านอิลิตมีการเรียนรู้ ร่วมกันในกลุ่มและมีการเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกัน สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่พึงพอใจในผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและผลตอบแทน ด้านจิตใจ มีความภาคภูมิใจในผลงาน
4. กลุ่มมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรภายนอกหลายกลุ่มโดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทั้งองค์กร ภายในชุมชนและนอกชุมชน ทั้งในส่วนองค์กรภาครัฐ

5. แรงงานของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย เป็นแรงงานในชุมชน มีเทคนิคและความชำนาญในการทอผ้า มีความชำนาญในตัดเย็บ ออกแบบ มีความชำนาญในการมัดหมี่ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านอีเล็ด พบว่า ปัญหาเรื่องของการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด เพราะเป็นกระบวนการผลิตที่ใช้แรงงานคนเป็นหลักและใช้เวลาการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ปัญหาด้านวัตถุดิบการผลิต การสั่งซื้อเส้นไหมต้องรอส่งผลทำให้บางครั้งการผลิตไม่ทันต่อความต้องการ

ประวัติการจัดตั้งกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มบ้านอีเล็ด

จากข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต ผู้วิจัยจัดสนทนากลุ่มแยกเป็นกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปในแต่ละพื้นที่เป้าหมายในหัวข้อเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ได้ข้อสรุป ที่สอดคล้องกันในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในแต่ละพื้นที่เป้าหมาย ดังนี้

1. วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ด

การวิเคราะห์จุดแข็งของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านอีเล็ด พบว่า

1. กลุ่มทอผ้ามีบุคลากรหรือสมาชิกในกลุ่มมีความเชี่ยวชาญในการทอผ้ามัดหมี่เป็นอย่างสูง โดยเฉพาะการทอผ้าแบบโบราณและสืบทอดการทอผ้าลายโบราณที่มีมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายของตน ซึ่งการทอผ้าเหล่านี้ มีการถ่ายทอดการทอผ้ามาสู่รุ่นลูกๆ จนทำให้เกิดความชำนาญในการทอผ้าเป็นอย่างมาก

2. สมาชิกของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ดนี้มีความร่วมมือกัน ช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี

3. ผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ดมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เช่นการทอด้วยดินผสมกับด้ายใยประดิษฐ์ เอกลักษณ์นี้ได้สะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาวไทหล่ม

การวิเคราะห์จุดอ่อนของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ด พบว่า

1. สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ดส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และลูกหลานไม่ให้ความสนใจในการทอผ้าเท่าที่ควร ทำให้การทอผ้าแบบโบราณกำลังจะสูญสิ้นหมดไป

2. ความนิยมใช้ผ้าโบราณของผู้บริโภคมีน้อยลง จึงต้องมีการพัฒนาการผลิตให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ตามความต้องการของตลาดมากขึ้น

3. ขาดแรงงานในการทอผ้าแบบโบราณ โดยเฉพาะแรงงานในครัวเรือน ที่ทำการสืบทอดการทอผ้าของแต่ละครัวเรือน ทำให้การผลิตผ้าทอแบบโบราณมีไม่มากพอตามความต้องการของตลาด

การวิเคราะห์โอกาสของกลุ่มทอผ้าบ้านอิลิต พบว่า

1. ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผ้าทอให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งรูปแบบการผลิตและลายผ้าในการทอผ้าของกลุ่มฯ

2. นโยบายของรัฐบาลท้องถิ่น ได้มีการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นทำการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยและใส่ชุดไทย โดยเฉพาะทำให้เป็นโอกาสที่ดีของกลุ่มทอผ้าเนื่องจากมีความต้องการใช้ผ้าทอโบราณของกลุ่มเพิ่มขึ้น

สภาพปัจจุบันกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มบ้านห้วย

สภาพปัจจุบัน การทอผ้าของชุมชนบ้านอิลิตทอเพื่อใช้เองในครัวเรือน ชุมชนบ้านอิลิตมีการทอผ้าที่เพิ่มขึ้นจากอดีต มีการรวมกลุ่มการทอผ้าโบราณเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยมีการใช้วัสดุธรรมชาติมีน้อยลง หันมาใช้ด้ายสำเร็จและสีวิทยาศาสตร์มากขึ้น การทอผ้าส่วนใหญ่โดยเน้นความต้องการของตลาดมากขึ้นแต่ยังคงรักษาลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์และความ ประณีตของงานฝีมือ การรวมกลุ่มการผลิต และการจำหน่ายทำได้อย่างจำกัด ทั้งจำนวนการผลิตและผู้ซื้อคือทอใช้กัน ในครอบครัวหรือขายกันในท้องถิ่นที่ใกล้เคียงมีบ้างที่เป็นลูกค้าชาวจังหวัดบึงฉลือเนื่องจากมีการณรงค์ให้หน่วยงานราชการใส่ชุดพื้นถิ่นทำให้มีปริมาณการซื้อเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้น และขณะเดียวกันผู้ที่เดินทางผ่านมาพบเห็นหรือสนใจผ้าทอพื้นเมืองสามารถซื้อเพื่อใช้งาน หรือซื้อเพื่อเป็นของฝากได้แต่ยังไม่มากพอที่จะทำให้เกิดรายได้ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มจากเดิมมากนัก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบเดิม ๆ ไม่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจจากกลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ได้

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบริเริ่ม การปรับปรุงของธุรกิจให้มีคุณสมบัติดีขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะดังนี้ 1) มีลักษณะริเริ่ม หรือเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่

โดยสามารถสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้ 2) ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม แต่มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม อย่างเห็นได้ชัด หรือมีการการปรับปรุงใหม่ (Modified Product) 3) ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใหม่สำหรับบริษัท แต่เก่าสำหรับสินค้านั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2543)

ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Development) มีความสำคัญต่อกิจการดังนี้ (สิวลุทธิ์ พงศกรรังศิลป์ , 2555)

5. คุณค่า (Value) หมายถึง ผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการบริโภค หรือได้ครอบครองสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในการตลาดแบบเดิม คุณค่าจะหมายถึงความถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะได้รับจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเมื่อคุณค่าที่ลูกค้าได้รับสูงกว่าต้นทุน ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งคุณค่าในความหมายนี้รวมไปถึงคุณค่าที่จับต้องไม่ได้
6. คุณภาพ (Quality) หมายถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือผลประโยชน์จากการใช้งานที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเป็นมาตรฐานทั่วไปของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องควบคุมให้อยู่ในระดับที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ด้วย
7. ระยะเวลา (Time) หมายถึง ระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือความรวดเร็วในการสร้างสรรค์ที่ต้องทันต่อกระแสแนวโน้มความต้องการของตลาดและการตอบโต้ของผู้แข่งขัน
8. ต้นทุน (Cost) หมายถึง ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา ซึ่งในทางทฤษฎีควรจะเป็นต้นทุนที่ต่ำที่สุด และในทางปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์ใหม่ควรมีต้นทุนรวมต่อหน่วยต่ำกว่าระดับราคาลูกค้าซื้อได้

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ คือ 1. มีความสัมพันธ์กับคุณภาพและประโยชน์ใช้สอย เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ 2. ควรพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตที่เหมาะสม 3. มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค ควรคำนึงถึงความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิต ความเป็นอยู่เหมาะสมกับวัฒนธรรม รสนิยม สภาพเศรษฐกิจและสังคม 4. มีคุณค่าทางความงาม ตระหนักถึงความงามที่เด่นชัด ร่วมสมัย

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม

๓. ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มของกลุ่มผู้บริโภค

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบท และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม รวมถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มของกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคนักท่องเที่ยว กลุ่มนักศึกษา และผู้ที่สนใจผ้าไทหล่ม โดยเก็บข้อมูลทั้งหมด 100 ชุด ได้แบบสอบถามกลับคืนมา 100 ชุด คิดเป็น 100 % ทั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม ศึกษาถึงชนิดและองค์ประกอบอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มที่กลุ่มผู้บริโภคมองมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใดมากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 – 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 100)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	9	9
หญิง	91	91
อายุ		
ช่วงอายุต่ำกว่า 20	11	11
ช่วงอายุ 20 – 30 ปี	80	80
ช่วงอายุ 31-40 ปี	3	3
ช่วงอายุ 41 – 50	6	6
สถานภาพ		
โสด	90	90

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	10	10
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	8
ปริญญาตรี	88	88
ปริญญาโท	4	4
ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองบ่อยมากแค่ไหน		
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	33	33
เดือนละ 1 ครั้ง	1	1
เดือนละ 2 ครั้ง	5	5
มากกว่าเดือนละ 2 ครั้ง	1	1
ไม่เคยซื้อเลย	60	60
จำนวนเงินในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 500	77	77
1,000-2,000	22	22
2,001-3,000	1	1

จากตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 91 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 85 สถานภาพโสด ร้อยละ 93 ส่วนมากอยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 88 ระดับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ไม่เคยซื้อผ้าทอพื้นเมือง ร้อยละ 60 และจำนวนเงินในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละครั้ง มูลค่าการซื้อต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 77

ตารางที่ 4 – 2 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์การซื้อผ้าพื้นเมือง
ภาพลักษณ์ของผ้าทอไทหล่ม และ รูปแบบในการพัฒนา

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองเพื่อวัตถุประสงค์ใด		
ซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันได้	23	23
ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือ ของที่ระลึก	68	68
ซื้อไปเพื่อเป็นของสะสม	3	3
ซื้อเพื่อจะได้ช่วยในการอนุรักษ์และ ส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย	6	6
รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ท่านมีความต้องการ		
ผ้ารองจานและผ้ารองแก้ว	-	-
กระเป๋า	36	36
สมุดบันทึก	1	1
หมอนอิง	5	5
เช้มกลัด	11	11
ผ้ากันเปื้อน	1	1
ชุดเครื่องแต่งกาย	29	29
ผ้าพันคอ	9	9
ของโทรศัพท์	8	8

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาพลักษณ์ผ้าทอพื้นเมืองแบบใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับการนำผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มมาประยุกต์		
แบบเรียบง่าย	27	27
แบบหรรษา	10	10
แบบน่ารัก	6	6
แบบย้อนยุค	9	9
ทันสมัย	45	45
อ่อนหวาน	3	3
รูปแบบผ้าพื้นเมืองรูปแบบใดที่ท่านชื่นชอบ		
แบบเรียบง่าย	39	39
แบบหรรษา	9	9
แบบน่ารัก	7	7
แบบย้อนยุค	10	10
ทันสมัย	30	30
อ่อนหวาน	5	5

จากตาราง แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอพื้นเมือง พบว่า ในแต่ละครั้งของการซื้อส่วนใหญ่ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญหรือของที่ระลึก ร้อยละ 68 และซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 23 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ได้แก่ กระเป๋า ร้อยละ 36 ชุดเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 29 รองลงมาคือ เข็มกลัด ร้อยละ 11 ผ้าพันคอ ร้อยละ 9 ของโทรศัพท์ ร้อยละ 8

ภาพลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองแบบที่คิดว่ามีความเหมาะสมกับการนำผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มมาประยุกต์ พบว่า แบบทันสมัย ร้อยละ 45 รองลงมาได้แก่แบบเรียบง่าย ร้อยละ 27 และรูปแบบผ้า

พื้นเมืองที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด เป็นรูปแบบที่เรียบง่าย ร้อยละ 39 รองลงมาคือ มีความทันสมัย ร้อยละ 30

ข้อเสนอแนะ ที่ผู้บริโภคเสนอแนะในการพัฒนางานวิจัย พบว่า

1. อยากให้ผลิตและส่งออกนอกประเทศเยอะๆ เพื่อหารายได้แก้หนี้หลักหาเงินเข้าประเทศ
2. ควรนำดัดแปลงให้มีหลายอย่าง เช่น เป็นกางเกงลายผ้าถุง เหมือน OTOP ชัยภูมิ นำมาทำกระเป๋า นำมาดัดแปลงทำเป็นของใช้ต่างๆ ที่ในตอนนี้วัยรุ่นกำลังนิยมเพื่อให้คนรุ่นใหม่ได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้น
3. ควรออกแบบให้ทันสมัยต่อยุคต่อสมัย ทำให้วัยรุ่นสนใจได้ยิ่งดี ทำให้ไปปรับใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เช่น กระเป๋า รองเท้า ชุดและอื่นๆ ไม่ใช้ตัดเย็บเป็นแค่ผ้าชิ้นอย่างเดียว เพราะถ้าออกแบบให้มีความหลากหลายก็จะทำให้มีคนสนใจมากขึ้นตามมา
4. อยากให้ทำรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเสื้อคลุม ทรงโอเวอร์โค้ด
5. อยากให้ผ้าไทยเรียบง่าย ราคาถูก เพราะจะได้ซื้อง่ายและสะสมกันมากขึ้น
6. การออกแบบให้เข้ากับยุคสมัย และง่ายต่อการนำมาใช้ สามารถที่จะนำมาใช้ได้หลายโอกาส และคนทุกเพศทุกวัยสามารถนำมาใช้ได้
7. เสื้อผ้าแบบร่วมสมัย ลายตุ๊กตา ผ้าห่ม ของตกแต่งต่างๆ
8. นำมาพัฒนาเป็นกระเป๋า หรือตัดเป็นชุดสามารถใส่ออกงานได้ เช่น ชุดราตรี เป็นต้น และนำออกขายในทุกๆ ช่องทาง เช่น ทางออนไลน์ หรือส่งออกขายต่างประเทศ
9. ผ้าห่มและผ้าปูเตียง
10. ออกแบบให้ทันสมัยร่วมกับสมัยปัจจุบัน ใส่สบาย สวย ทันสมัย แล้วก็โฆษณาให้มีคนรับรู้เป็นจำนวนมาก
11. มีความก้าวหน้าทันสมัย สะดวกสบายในการใส่ไปที่ต่างๆ
12. อยากให้ทำเป็นเสื้อแขนสั้นให้ดูเป็นสไตล์เก๋ไก๋เป็นที่โดดเด่นและน่าสนใจ
13. อยากให้พัฒนาเป็นกระเป๋าที่ทันสมัยเหมาะกับวัยรุ่นแต่คงลายไว้ปรับเปลี่ยนสีนิดหน่อยแต่ยังคงแบบเดิมไว้
14. อยากให้นำลายผ้าในตัวขึ้นไปตัดเย็บเป็นชุดเสื้อผ้าแฟชั่นต่างๆ ทำรองเท้า
15. เพิ่มลวดลายให้กับผ้าพื้นเมืองมากขึ้น และประยุกต์ให้เข้าได้กับทุกเทศกาล
16. เพิ่มการออกแบบให้ดูทันสมัย เรียบง่าย แต่ดูแพง
17. อยากให้เครื่องแต่งกายมันมีความน่ารักแต่เรียบหล่อนอยู่ในตัวเรา แล้วก็ก็เป็นราคาที่จับต้องได้ไม่แพงจนเกินไป

18. อยากให้ทำเป็นเสื้อ กระเป๋า หรือหมวก แบบเรียบง่ายเป็นเอกลักษณ์
19. อยากให้การทอดผ้ามีลายที่ทันสมัยมากขึ้นค่ะ และมีลายที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัย
20. อยากให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น มีความทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของคนรุ่นใหม่
21. กระเป๋าเก็บความเย็น ความร้อน
22. ชุดแต่งงาน
23. กระเป๋าผ้าลายทันสมัย ลายการ์ตูน แต่เป็นผ้า
24. ควรมีการพัฒนาออกแบบที่มีความเรียบง่ายและดูทันสมัย สามารถใส่หรือใช้ได้ในชีวิตประจำวันได้
25. ควรทำการผลิตเป็นกางเกง เพื่อให้มีหลายรูปแบบให้เลือกซื้อ
26. เป็นความคิดที่ดี แต่คนสมัยใหม่อาจไม่ชอบ หรือไม่รู้จัก
27. ชุดสวายเป็นไทยๆ แบบสุภาพไม่สั้น เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย เนื่องจากปัจจุบันมีคนส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกันมากเป็นส่วนใหญ่เพื่อผ่อนคลายความเครียด หนึ่งในนั้นคือทะเล จึงอยากให้มีชุดที่ออกแบบด้วยผ้าทอของไทยเพื่อความเป็นไทยและเที่ยวในไทย
28. ทำแบบผ้าเป็นลวดลายกระหนก เพราะลายกระหนกเป็นลายไทย เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยด้วย
29. มีการทำลวดลายต่างๆ แปลกใหม่และแบบดั้งเดิมเพื่อสานต่ออนุรักษ์ของไทย และอยากเห็นลวดลายผ้าไหมลายกราฟิก
30. พัฒนาตัดเป็นชุดเดรส ชุดเซ็กซี่สวยๆ ดัดแปลงเป็นลายลงในกางเกงยีนส์
31. ควรมีการพัฒนาการทอดผ้าไปเรื่อยๆ
32. ควรนำมาประยุกต์ให้ร่วมสมัยมากกว่านี้
33. ควรประยุกต์ลูกเล่นที่ทันสมัยเพื่อให้คนรุ่นใหม่สนใจ

2. แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศึกษาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ประชุมระดมความคิดทั้งในกลุ่มนักออกแบบ กลุ่มผู้ทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยและกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบเลือกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของไทหล่ม และดำเนินการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม ผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม โดยให้ผู้ออกแบบ ๓ ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 3 ชนิด ตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ 1) ชุดเครื่องแต่งกาย 2) กระเป๋า และ 3) เข็มกลัด โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) ซึ่งหมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง และมีแนวคิดการออกแบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากับยุคสมัย โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบันหรือความร่วมมือ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ลวดลายที่นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาบริบทของผ้าไทหล่ม พบว่าชาวไทหล่มมีการทอผ้ามาเป็นระยะเวลานาน ผ้าไทหล่มเป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความโดดเด่น ชาวไทหล่มมีการทอผ้ามัดหมี่เป็นผ้าชิ้นสำหรับสุภาพสตรี ผ้าไทหล่ม 1 ผืน มีองค์ประกอบ 3 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนหัวชิ้น ส่วนตัวชิ้น และส่วนตีนชิ้น ส่วนหัวชิ้นทำด้วยผ้ามัดย้อมสีแดงหรือทอเป็นลายขิดสีแดง ส่วนตัวชิ้น เป็นผ้าทอมีลวดลายมัดหมี่หลายลายสลับกัน และตีนชิ้นทำด้วยผ้าฝ้ายลายขวางเล็กๆ (จินตนา สนามชัยสกุล และคณะ, 2552 : สุจินดา เขียมศรีพงษ์ และปิยะวัน เพชรหมี 2558) จากผลการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ปราชญ์ผ้าทอไทหล่ม ผู้นำชุมชน ครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ พบว่าจุดเด่นของผ้าไทหล่มอยู่ที่ลวดลายบนพื้นผ้า ซึ่งเป็นผ้าที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันในพื้นที่อำเภอหล่มสักและหล่มเก่า ซึ่งตัวชิ้นประกอบด้วยลายหลัก 9 ราย คือ ลายปราสาทผึ้ง ลายนาค ลายหงส์หรือเส้าหลา ลายขอ ลายขาเป๋ย ลายกระเบื้องคว่ำกระเบื้องหงาย ลายหมากจับ ลายเอี้ย ลายตุ้ม ซึ่งผู้วิจัยได้นำลวดลายของผ้า

หัวซิ่น	ตัวซิ่น	ตีนซิ่น
		

ภาพ4-30 แสดงลวดลาย และสีของผ้าไทหล่ม



ภาพ4-31 แสดงลวดลาย และสีของผ้าซิ่นไทหล่ม

กลุ่มลายที่นำมาใช้ในการออกแบบประกอบด้วยลายหลัก 9 ราย คือ ลายปราสาทผึ้ง ลายนาค ลายหงส์ หรือเสาทลา ลายขอ ลายขาเป๋ย ลายกระเบื้องคว่ำกระเบื้องหงาย ลายหมากจับ ลายเอี้ย ลายตุ้ม



ภาพ 4 -32 ลวดลายผ้าไทหล่มโดยใช้โครงสร้างลายแบบดั้งเดิม

2. รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่ม

จากการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไทหล่มที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่มโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไทหล่มดังนี้

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มต้นแบบ ของกลุ่มบ้านห้วย

ลวดลายและผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อคลุมสุภาพสตรี	
	
ผู้ออกแบบ อาจารย์อนุสรณ์ มงคลวัจน์ ผู้ทอแม่ทองหย่น ก้อนดี กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย เสื้อคลุมไทหล่มสุภาพสตรี ลวดลายประกอบด้วย 5 ลายได้แก่ ลายตุ้ม ลายหมากจับ ลายขาเป๋ย ลายหอปราสาท ลายเอี้ย ผ้าฝ้าย เนื้อผ้าใส่สบาย รีดง่าย ใส่ได้ทุกโอกาส	

ภาพ 4 -33 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อคลุมสุภาพสตรี

ผลจากการสัมภาษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา ตัวแทนกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวายโดยคุณแม่ทองหย่น ก้อนดีและคุณมนนภา ก้อนดี พบว่า ผ้าคลุมไหล่มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงของผ้าไทหล่ม มีความเหมาะสมของขนาด มีความเหมาะสมของลวดลาย/สี มีความเหมาะสมของด้านประโยชน์ใช้สอย มีความคงเอกลักษณ์ของผ้าไทหล่ม และมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก

ลวดลายและผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสุขภาพสตรี	
	
ผู้ออกแบบ อาจารย์อนุสรณ์ มงคลวัฒน์ กระเป๋าผ้าไทหล่ม ขนาด 21× 27 เซนติเมตร สีม่วง เน้นลวดลายโบราณ ประกอบด้วยลายวัสดุ ผ้าไหมให้ผิวสัมผัสที่เป็นธรรมชาติ เหมาะกับสุขภาพสตรีวัยทำงาน	

ภาพ 4 -34 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสุขภาพสตรี

ผลจากการสัมภาษณ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าไทหล่มที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา ตัวแทนกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านหวายโดยคุณแม่ทองหย่น ก้อนดีและคุณมนนภา ก้อนดี พบว่า กระเป๋าไทหล่มมีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงของผ้าไทหล่ม มีความเหมาะสมของขนาด มีความเหมาะสมของลวดลาย/สี มีความเหมาะสมของด้านประโยชน์ใช้สอย มีความคงเอกลักษณ์ของผ้าไทหล่ม และมีความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก

นอกจากนั้นเสื้อและกระเป๋าที่ได้พัฒนาจากลวดลายองค์ประกอบของผ้าทอไทหล่ม ก็ได้นำมาเผยแพร่ต่อสาธารณชนในงานแฟชั่นโชว์ในงานมะขามหวานในปี 2562 ซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์ได้จัดเดินแบบการกุศล "ภูมิปัญญาผ้าไทย เพชรบูรณ์ก้าวไกลสู่สากล" วันที่ 26 มกราคม 2562 เวลา 20.00 น.

ที่เวทีกลางการจัดงานมะขามหวานนครบาลเพชรบูรณ์ บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยพัฒนาชุมชนอำเภอหล่มสักเป็นผู้ที่สวมใส่ในงานเดินแฟชั่นโชว์ ซึ่งทำให้ได้รับเสียงตอบรับของผลิตภัณฑ์ ดังรูป



ภาพ 4 -33 ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อและกระเป๋าสุขภาพสตรีที่ใช้ในงานภูมิปัญญาผ้าไทยเพชรบูรณ์
ก้าวไกลสู่สากล งานกาชาดมะขามหวานเพชรบูรณ์ ปี 2562

ที่มา : นครบาลเพชรบูรณ์ <https://www.facebook.com/Publicphet/photos/a.1047036135468698>

ลวดลายและผลิตภัณฑ์ถุงย่าม	
	ผู้ออกแบบ อาจารย์วิไลลักษณ์ ตรีเมฆ ถุงย่ามผ้าไหม ผลิตภัณฑ์ไหมที่พัฒนาจากตัวชิ้นไหมเป็น ย่อม/ถุงย่ามผ้าไหม/ผ้าไหม ความยาว 30 นิ้ว ความกว้าง 10 นิ้ว ความหนา 4 นิ้ว
ภาพ4-34 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงย่าม	

ลวดลายและผลิตภัณฑ์ต้นแบบเข็มกลัด	
	
ผู้ออกแบบ อาจารย์อนุสรณ์ มงคลวัจน์ เข็มกลัดไหม/วัสดุจากเศษผ้าไหมขนาด 5 เซนติเมตร	

ภาพ4-35 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เข็มกลัดไหม

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิส ได้แก่ กระเป๋าไทหล่ม

ลวดลายและผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสุภาพสตรี	
แบบที่ 1 	ออกแบบโดยนางพรรณทิwa กงเกียน กระเป๋าสตรี ในส่วนของกระเป๋าสตรี นั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความพึง พอใจในกระเป๋ามากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็น ว่าเป็นรูปแบบที่มีรูปทรงดูดี สวยงาม และดูเหมาะสม จัดรูปแบบที่มีรูปทรง ดูดี สวยงาม และดูเหมาะสม กลมกลืน ดูแล้วน่าใช้มีความเป็นไป หล่ม กระเป๋าไทหล่มผ้าฝ้าย ความยาว 9 นิ้ว ความกว้าง 6 นิ้ว ความหนา 1 นิ้ว
แบบที่ 2 	ออกแบบโดยนางพรรณทิwa กงเกียน กระเป๋าสะพายสตรี กระเป๋าสตรีไทหล่มหัวแดงระบายผ้า ฝ้าย ความยาว 9.55 นิ้ว ความกว้าง 7 นิ้ว ความหนา 1 นิ้ว

ลวดลายและผลิตภัณฑ์ต้นแบบกระเป๋าสุขภาพสตรี	
แบบที่ 3 	ออกแบบโดยนางพรรณทิwa กงเกียน กระเป๋าสตรีไทหล่มหัวแดงผ้าฝ้าย ความยาว 7 นิ้ว ความกว้าง 6 นิ้ว ความหนา 1 นิ้ว ราคา 200 บาท

แนวทางพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม ได้ดำเนินการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกันทั้งกระบวนการ ทั้งการผลิตผ้าทอที่เป็นวัตถุดิบ การออกแบบ การผลิตและการดำเนินการด้านการตลาดที่สัมพันธ์กัน และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีความ สมดุลระหว่างการอนุรักษ์และความต้องการของการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ได้มีการยึดหลักการสำคัญ 10 หลักการ คือ (1) ประโยชน์ใช้สอย (2) ความสวยงาม (3) ประหยัด คุ่มค่า (4) รักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทหล่ม (5) สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (6) มีความ แปลกใหม่ร่วมสมัย (7) สร้างรายได้ (8) คุณภาพและความภาคภูมิใจของผู้ใช้ (9) ความต้องการของ ผู้บริโภค (10) นวัตกรรมที่เหมาะสมของการอนุรักษ์และความต้องการของตลาด โดยผลิตตามหลัก อุปสงค์และอุปทาน ผลิตได้และขายได้และการสร้างสรรค์การผลิตและการตลาดแบบพึ่งตนเอง

ตอนที่ 4 สรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่ม

ในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่มนั้น สิ่งแรกที่นักออกแบบต้องคำนึงถึง หลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ โดยการทำให้อุ่มลูกค้าน่าสนใจเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสันทที่ สะดุดตาน่าสนใจ ความดูดีมีระดับ เป็นสัญลักษณ์ของการแสดงภาพพจน์ของความเป็นฐานะ และ ประโยชน์ในการใช้สอยทางกายภาพ ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ และที่สำคัญของแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลาย และสีสันทต่างๆ ตาม เอกลักษณ์ของไทหล่ม เนื่องจากลายผ้าไทหล่มมีลวดลายไม่มาก ในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ไทหล่มจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทหล่ม และความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของการนำ ลวดลายและองค์ประกอบของชิ้นมาอยู่ในผลิตภัณฑ์ชิ้นเดียวกัน หรือมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องม ีความระมัดระวัง เพราะชาวไทหล่มบางคนอาจจะไม่สามารถรับได้และการเกิดการต่อต้านผลิตภัณฑ์ เหล่านั้น

แนวทางการพัฒนาจากข้อมูลด้านบริบทวิเคราะห์ความสามารถของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยและ บ้านอีเลศซึ่งใช้เป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ประยุกต์มาจากลวดลายแบบดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของลวดลาย ไทหล่ม โดยใช้ลวดลายหลัก 9 ลายประกอบด้วยลายปราสาทผึ้ง ลายนาค ลายหงส์หรือเสา หลา ลายขอ ลายขาเป๋ย ลายกระเบื้องคว่ำกระเบื้องหงาย ลายหมากจับ ลายเอี้ย ลายคุ่ม โดยใช้โครงร่างของลายแบบเดิมแต่ลดรายละเอียดลง
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ และเครื่องประดับ ตกแต่งแบบต่างๆ คือ เสื้อคลุม กระเป๋า และเข็มกลัด
3. วัสดุที่เลือกใช้ มี 2 กลุ่ม ตามความนิยมของผู้บริโภค คือ กลุ่มที่ 1 ผ้าไหม มีผิวสัมผัสลื่น เป็นเงา ไม่ยับย่นง่าย ให้ความรู้สึกหรูหรา สะดวกในการนำใช้งานและสวมใส่ ราคาไม่สูง กลุ่มที่ 2 ผ้าฝ้าย มีผิวสัมผัสเป็นธรรมชาติ มีคุณสมบัติระบายความร้อนได้ดี เหมาะสมกับ การทำเครื่องใช้และของตกแต่ง
4. ผลสรุปด้านราคาที่เหมาะสมคือ ต่ำกว่า 500 บาท ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กเนื่องจากผู้บริโภค ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มนักศึกษา และวัยทำงานจึงควรมีขนาดที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ใน ชีวิตประจำวันและมีราคาไม่แพง

5. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์พิจารณาจากปัจจัยในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าและประโยชน์ใช้สอย 2) การพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตที่เหมาะสม 3) ความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค ควรคำนึงถึงความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่และความเหมาะสมกับวัฒนธรรม รสนิยม สภาพเศรษฐกิจและสังคม 4) มีคุณค่าทางความงาม ตระหนักถึงความงาม ความร่วมสมัยและมีการอนุรักษ์

แต่อย่างไรก็ตามในการออกแบบผลิตภัณฑ์ก็ต้องผสมผสาน และศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ มีความเหมาะสมทั้งในด้านการสื่อความหมาย และการคงเอกลักษณ์ของชาวไทท่ลุ่ม ดังนั้นการสร้างผลิตภัณฑ์จะต้องมีการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในเรื่องชนิดของผลิตภัณฑ์ ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงจะนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคและคงเอกลักษณ์ของผ้าไทท่ลุ่ม

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบูรณ์สู่เชิงพาณิชย์ เป็นการวิจัยและพัฒนา ในลักษณะของวิธีการผสมผสานวิธีระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มในเขตพื้นที่อำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่าของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัย กำหนดไว้ว่าจะใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก กลุ่มทอผ้าที่ กระตุกบ้านวังร่อง อำเภอหล่มสัก กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านตัว อำเภอหล่มสัก กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล อำเภอหล่มเก่า กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไซ อำเภอหล่มเก่า กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศ อำเภอหล่มเก่า รวม 6 กลุ่ม 2) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง 3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการศึกษาความต้องการชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม คือนักท่องเที่ยว กลุ่มนักศึกษาและบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบ สัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้ในการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองโดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย พบว่า กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยมีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้อย่างเหนียวแน่น ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลาเมื่อเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นห้าวแดงดินก่าน ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าพบว่า กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของผ้าทอใช้สีเคมีในการย้อม ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำ

มาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ชิ่นหัวแดงตีนกำน ห้วยชิน ตัวชิน ตีนชิน ย่อม ผ้าแพรลายไส้ปลา ไหล ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องนุ่งห่มให้มีความร่วมสมัย เช่น เสื้อ กระโปรง เป็นต้น

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง พบว่า กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่องมีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่องได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีเทศกาลงานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งชิ่นหัวแดงตีนกำน และขณะเดียวกันมีการพัฒนาค้นคิดค้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองไทหล่มให้มีความหลากหลาย ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่องมีสินค้าที่หลากหลายเพราะผู้นำกลุ่มเป็นผู้ที่มีความสนใจด้านความต้องการของผู้บริโภค และผลิตสินค้าผ้าทอพื้นเมืองในเชิงพาณิชย์ได้ ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่กระตูก ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าพบว่า กลุ่มทอผ้าที่กระตูกบ้านวังร่อง ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติและการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม และมีความโดดเด่นในการทอลายราชวัตถ์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ชิ่นหัวแดงตีนกำน ผ้าทอลายราชวัตถ์ กระเป๋ หมวก ผ้าคลุมไหล่ ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ ของข้าวไร่ ของฝากให้มีความหลากหลาย และมีความร่วมสมัย

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านดัว พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านดัว มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบันระดับมากสมาชิกกลุ่มอายุ 57 ปีขึ้นไป ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีปราชญ์เรื่องผ้าทอผ้าไทหล่มได้เป็นอย่างดี และกลุ่มได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งชิ่นหัวแดงตีนกำน ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าพบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านดัว ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า และใช้เส้นใยแบบผสมผสานในการทอผ้าในผืนเดียวกัน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ้าทอคือ ดอกฝ้าย เปลือกไม้ การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติและการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ชิ่นหัวแดง

ตีนก่าน ย่าม ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขาวม้า ผ้าห่ม ผ้าฝ้ายแบบพื้น ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ ของชำร่วย ของฝาก แต่พบว่ากลุ่มยังขาดแคลนเรื่องงบประมาณในการซื้อวัตถุดิบและพัฒนาสินค้า

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล พบว่า กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสเทศกาล งานบุญ ถิ่นยมนที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นห้าวแดงตีนก่าน ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าพบว่า กลุ่มทอผ้าวัดศรีฐานวังบาล ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติน้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้าพบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นห้าวแดงตีนก่าน ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ากร่อม ผ้าลายราชวัตร กระเป๋าลือสุภาพสตรี ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของชำร่วยของฝาก เหมาะกับกิจกรรมของผู้สูงวัย

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไข่ อำเภอหล่มเก่า พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไข่ อำเภอหล่มเก่า มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสเทศกาล งานบุญ ถิ่นยมนที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นห้าวแดงตีนก่าน ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าพบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านภูผักไข่ อำเภอหล่มเก่าใช้เส้นใยจากไหมไหมประดิษฐ์ และเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมธรรมชาติแต่น้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นห้าวแดงตีนก่าน ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ากร่อม ผ้าลายราชวัตร ผ้าคลุมไหล่ ผ้าห่ม หวีซิ่น ตัวซิ่น และตีนซิ่น กระเป๋าลือสุภาพสตรี ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของเครื่องประดับ ของชำร่วยของฝาก และกรรมวิธีเทคนิคการย้อมสี

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มทอผ้ากลุ่มทอผ้าบ้านอีเลืศหล่มเก่า พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลืศหล่มเก่า มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้แสดง

ให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทหล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลามีสเทศกาล งานบุญ ถิ่นนิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งซิ่นหัวแดงตีนกำน ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้าพบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศหล่มเก่า ใช้เส้นใยจากไหมและเส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อมสีธรรมชาติน้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็นคงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย ได้แก่ ซิ่นหัวแดงตีนกำน ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้าย ผ้าไหมมัดหมี่ หัวซิ่น ตัวซิ่น ตีนซิ่น ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า มีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นของเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ ของชำร่วย และของฝาก

ตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง

จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ สังเกตและการสนทนากลุ่มทอผ้าไทหล่มทั้ง 6 กลุ่มดังกล่าว ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทหล่มจำนวน 2 กลุ่ม โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ในการคัดเลือกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพ โดยการพิจารณาจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มที่มีศักยภาพ ด้านของผู้นำกลุ่ม ความสามัคคีจากสมาชิกในกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่ม การให้ความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ความมีชื่อเสียง การได้รับการยอมรับ หลังจากนั้น จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตัวเด่น (Product Champion) เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้เจาะจงเลือกกลุ่มทอผ้าบ้านห้วย อำเภอหล่มสัก และกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศ อำเภอหล่มเก่าจังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยและกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลศมีลักษณะการดำเนินงานคล้ายกันคือ ต่างกันที่อายุการก่อตั้งของกลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มบ้านอีเลศก่อตั้งยาวนานกว่ากลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย และมีความคล้ายกันดังนี้คือ มีการบริหารจัดการโดยยึดประธานกลุ่มเป็นหลัก ทั้งนี้มีระบบบริหารในรูปแบบของคณะกรรมการ กลุ่มมีการวางแผนการผลิตแบบง่ายไม่ซับซ้อนโดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการตลาดและลูกค้า กระบวนการผลิตของกลุ่มตั้งแต่การย้อมสี การทอ จะใช้วัสดุจากธรรมชาติและวัสดุจากนอกพื้นที่ และอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบทอดต่อกันมานาน โดยกระบวนการผลิตของกลุ่มเริ่มจากขั้นตอนการคัดสรรเส้นไหมและเส้นฝ้าย กระบวนการย้อมสี ขั้นตอนการทอและการเย็บมือ กลุ่มจะมีการตรวจสอบและควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิต กระบวนการผลิตจนถึงผลิตภัณฑ์ที่เสร็จเรียบร้อยเรียบร้อยแล้ว ในด้านการตลาดนั้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยและบ้านอีเลศมีช่องทางการตลาด โดยมีช่องทางการตลาดขายปลีกที่ทำการกลุ่ม ช่องทางออนไลน์เฟสบุ๊ค ด้านการจัดการตลาด ประธานกลุ่ม เป็นหลักในการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าไท

หล่มบ้านห้วยและกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศจังหวัดเลยจะผลิตตามคำสั่งหรือใบสั่งของลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานราชการ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น โรงเรียน บริเวณอำเภอหล่มสักเป็นส่วนมาก ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ดำเนินการโดยอาศัยสื่อต่างเช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล งานแสดงสินค้า และงานประจำจังหวัด

การทอผ้าปัจจุบันพบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านห้วยมีการรวมกลุ่มเป็น “กลุ่มทอผ้าโบราณไทหล่มบ้านห้วย” มีการทอผ้ากันมานานมาก แต่มีการจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2558 โดยมีสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 18 คน และได้งบประมาณสนับสนุนจาก องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านห้วยเป็นเงินจำนวน 35,000 บาท ปัจจุบันมีคณะกรรมการบริหาร กลุ่ม จำนวน 25 คน โดยมี นางทองหยุ่น ก้อนดี เป็น ประธานกลุ่ม และมีนางสาวมนต์ภา เป็นเลขา ซึ่งการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านมีรายได้เสริมช่วยเหลือครอบครัว โดยใช้เวลาหลังจาก ว่างเว้นจากฤดูกาลทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลัก อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับ เป็นมรดกตกทอดมาจากรบรรพบุรุษไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลา (ทองหยุ่น ก้อนดี, 2561 : สัมภาษณ์) สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เรียนรู้การทอผ้าจากแม่และยาย มีการหัดทอผ้ามาตั้งแต่ยังเด็ก ทำให้โตขึ้นมีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าและได้มีการพัฒนาลายใหม่ ๆ ขึ้นมาเรื่อยโดยพัฒนาจากลายเดิม แต่มีบ้างที่เป็นลายใหม่ทั้งหมด โดยคิดจากธรรมชาติที่มองเห็นจากสิ่งใกล้ ๆ ตัว และต่อมาก็ได้ไป เรียนการตัดเย็บเสื้อผ้าในเมือง เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

การทอผ้าปัจจุบันของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศจังหวัดเลย ที่ตั้งกลุ่ม 210 หมู่ 8 ตำบลนาข่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ประธานกลุ่มคือ นางทรัพย์ แก้วยม มีจำนวนสมาชิก 35 คน การจัดการของกลุ่มทอผ้าบ้านอีเลิศจังหวัดเลย เน้นการทำผ้าทอพื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มแม่บ้านในบ้านอีเลิศจังหวัดเลย 8 ตำบลนาข่า แต่ก่อนต่างคนต่างทำ ไม่มีการรวมกลุ่ม จนปี 2544 ได้รับคำแนะนำจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหล่มเก่า ให้ดำเนินกิจกรรมในรูปแบบกลุ่มเพื่อสะดวกแก่การขาย และการซื้อปัจจัยการผลิต

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ คือ 1. มีความสัมพันธ์กับคุณภาพและประโยชน์ใช้สอย เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ 2. ควรพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตที่เหมาะสม 3. มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค ควรคำนึงถึงความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิต ความเป็นอยู่เหมาะสมกับวัฒนธรรม รสนิยม สภาพเศรษฐกิจและสังคม 4. มีคุณค่าทางความงามตระหนักถึงความงามที่เด่นชัด ร่วมสมัยกลุ่มทอผ้าบ้าน อีเลิศจังหวัดเลย มีความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และกลุ่มได้แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมของชาวไทหล่มไว้ทั้งทางด้านความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา และการแต่งกาย ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไท

หล่มอยู่อย่างชัดเจน เช่น เวลาเมื่อเทศกาล งานบุญ ก็นิยมที่จะแต่งกายด้วยชุดไทหล่มนุ่งขึ้นหัวแดงตีน ก่าน ด้านเทคนิคและรูปแบบการทอผ้ายังทอด้วยมือและใช้กี่โบราณ ด้านเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้ามพบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านอิศราหล่มเก่า ใช้เส้นใยจากไหม เส้นใยจากฝ้ายในการทอผ้า การย้อมสีของมีทั้งการย้อม สีธรรมชาติน้อยมาก และการย้อมด้วยสีเคมี ด้านรูปแบบลวดลายของผ้า พบว่า รูปแบบลวดลายยังเป็น คงอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม

3.1 ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่มของกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 91 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 85 สถานภาพโสด ร้อยละ 93 ส่วนมากอยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 88 ระดับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ พื้นเมือง ไม่เคยซื้อผ้าทอพื้นเมือง ร้อยละ 60 และจำนวนเงินในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละครั้ง มูลค่า การซื้อต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 77 วัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองพบว่า ในแต่ละครั้งของการ ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญหรือของที่ระลึก ร้อยละ 68 และซื้อเพื่อนำไปใช้งานใน ชีวิตประจำวัน ร้อยละ 23 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ได้แก่ กระเป๋า ร้อยละ 36 ชุดเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 29 รองลงมาคือ เข็มกลัด ร้อยละ 11 ผ้าพันคอ ร้อยละ 9 ของโทรศัพท์ ร้อยละ 8

ภาพลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองแบบที่คิดว่าจะมีความเหมาะสมกับการนำผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มมา ประยุกต์ พบว่า แบบทันสมัย ร้อยละ 45 รองลงมาได้แก่แบบเรียบง่าย ร้อยละ 27 และรูปแบบผ้า พื้นเมืองที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด เป็นรูปแบบที่เรียบง่าย ร้อยละ 39 รองลงมาคือ มีความทันสมัย ร้อยละ 30

3.2 แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองไทหล่ม

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศึกษาข้อมูลความต้องการของ ผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ประชุมระดมความคิดทั้งในกลุ่มนักออกแบบ กลุ่มผู้ทอผ้าไทหล่มบ้านห้วยและกลุ่ม ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบ เลือก แบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของไทหล่ม และดำเนินการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ พื้นเมืองไทหล่ม ผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทหล่ม โดยให้ผู้ออกแบบ ได้ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 3 ชนิด ตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ 1) ชุดเครื่องแต่งกาย 2) กระเป๋า และ 3) เข็มกลัด โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified Product) ซึ่ง

หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง และมีแนวทางการออกแบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากับยุคสมัย โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบันหรือความร่วมมือ

การกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พึงประสงค์ ของกลุ่มมีความเห็นให้ดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้จากผ้าทอไทหล่ม ที่มีลักษณะดังนี้ 1) คงรักษาอัตลักษณ์ไทหล่ม 2) ตรงกับความต้องการ ของผู้ใช้ 3) ราคาประหยัด ต้นทุนต่ำ 4) ประโยชน์อเนกประสงค์ ใช้คุ้มค่า 5) จำหน่ายได้ สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้และสร้างอาชีพ 6) มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี

การนำลวดลายที่นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชาวไทหล่มมีการทอผ้ามาเป็นระยะเวลานาน ผ้าไทหล่มเป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและความโดดเด่น ชาวไทหล่มมีการทอผ้ามัดหมี่เป็นผ้าชิ้นสำหรับสุภาพสตรี ผ้าไทหล่ม 1 ผืน มีองค์ประกอบ 3 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนหัวชิ้น ส่วนตัวชิ้น และส่วนตีนชิ้น ส่วนหัวชิ้นทำด้วยผ้ามัดย้อมสีแดงหรือทอเป็นลายขิดสีแดง ส่วนตัวชิ้น เป็นผ้าทอมีลวดลายมัดหมี่หลายลายสลับกัน และตีนชิ้นทำด้วยผ้าฝ้ายลายขวางเล็กๆ (จินตนา สนามชัยสกุล และคณะ, 2552 : สุจินดา เขียมศรีพงษ์ และปิยะวัน เพชรหมี่ 2558) จากผลการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ปราชญ์ผ้าทอไทหล่ม ผู้นำชุมชน ครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ พบว่าจุดเด่นของผ้าไทหล่มอยู่ที่ลวดลายบนพื้นผ้า ซึ่งเป็นผ้าที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันในพื้นที่อำเภอหล่มสักและหล่มเก่า ซึ่งตัวชิ้นประกอบด้วยลายหลัก 9 ราย คือ ลายปราสาทผึ้ง ลายนาค ลายหงส์หรือเส้าหลา ลายขอ ลายขาเป๋ย ลายกระเบื้องคว่ำกระเบื้องหงาย ลายหมากจับ ลายเอี้ย ลายตุ้ม ซึ่งผู้วิจัยได้นำลวดลายของผ้า

รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่มของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านห้วย ได้แก่ เสื้อคลุม ไทหล่มสุภาพสตรี ย่าม และเข็มกลัด

ผลิตภัณฑ์ใหม่	ผลิตภัณฑ์ใหม่
เสื้อคลุมไทหล่มสุภาพสตรี	



กระเป๋าผ้าไทหล่มสุภาพสตรี



ถุงย่ามไทหล่ม



เข็มกลัดไทหล่ม



เข็มกลัดไทหล่ม

รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่มของกลุ่มทอผ้าไทหล่มบ้านอีเล็ด ได้แก่ กระเป๋าผ้า
กระเป๋าสตรีไทหล่มหัวแดง/ผ้าฝ้าย กระเป๋าสตรีไทหล่มหัวแดง

ผลิตภัณฑ์ใหม่	ผลิตภัณฑ์ใหม่
	
กระเป๋าสตรีไทหล่ม	
	
กระเป๋าสตรีไทหล่มหัวแดง/ผ้าฝ้าย	กระเป๋าสตรีไทหล่มหัวแดง

ภาพ 5 -1 ภาพผลิตภัณฑ์ใหม่

ตอนที่ 4 สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาจากข้อมูลด้านบริบทวิเคราะห์ความสามารถของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยและบ้านอีเลคซึ่งใช้เป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ประยุกต์มาจากลวดลายแบบดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของลวดลายไทหล่ม โดยใช้ลวดลายหลัก 9 ลายประกอบด้วยลายปราสาทผึ้ง ลายนาคนาค ลายหงส์หรือเส้าหลาว ลายขอ ลายขาเป๋ย ลายกระเบื้องคว่ำกระเบื้องหงาย ลายหมากจับ ลายเอี้ย ลายตุ้ม โดยใช้โครงร่างของลายแบบเดิมแต่ลดรายละเอียดลง
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งแบบต่างๆ คือ เสื้อคลุม กระเป๋า และเข็มกลัด
3. วัสดุที่เลือกใช้ มี 2 กลุ่ม ตามความนิยมของผู้บริโภค คือ กลุ่มที่ 1 ผ้าไหม มีผิวสัมผัสลื่นเป็นเงา ไม่ยับย่นง่าย ให้ความรู้สึกหรูหรา สะดวกในการใช้ในใช้งานและสวมใส่ ราคาไม่สูง กลุ่มที่ 2 ผ้าฝ้าย มีผิวสัมผัสเป็นธรรมชาติ มีคุณสมบัติระบายความร้อนได้ดี เหมาะสมกับการทำเครื่องใช้และของตกแต่ง
4. ผลสรุปด้านราคาที่เหมาะสมคือ ต่ำกว่า 500 บาท ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มนักศึกษา และวัยทำงานจึงควรมีขนาดที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวันและมีราคาไม่แพง
5. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์พิจารณาจากปัจจัยในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าและประโยชน์ใช้สอย 2) การพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตที่เหมาะสม 3) ความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค ควรคำนึงถึงความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่และความเหมาะสมกับวัฒนธรรม รสนิยม สภาพเศรษฐกิจและสังคม 4) มีคุณค่าทางความงาม ตระหนักถึงความงาม ความร่วมสมัยและการอนุรักษ์

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ อภิปรายผลตามความมุ่งหมายของการวิจัยคือ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ ซึ่งในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่มนั้น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย เป็นคุณค่าที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานของนนททิยา ดอนเกิด (2555) ได้

พบว่าต้นแบบผลิตภัณฑ์ลูกค้าย่อมจะประเมินความพึงใจด้านรูปแบบการใช้ประโยชน์ ความสวยงาม ด้านวัสดุและการผลิต มาเป็นอันดับแรก ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ โดยการทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสันทที่สะดุดตาน่าสนใจ ความดูดีมีระดับ เป็นสัญลักษณ์ของการแสดงภาพพจน์ของควมมีฐานะ และประโยชน์ในการใช้สอยทางกายภาพ ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ สอดคล้องกับงานของสุธาสิรินทร์ บุรีคำพันธุ์ (2556) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายดอก พบว่า ความมีเอกลักษณ์ของชุมชน ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและน่าสนใจ เป็นสิ่งแรกที่ต้องให้ความสำคัญ และที่สำคัญของแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลาย และสีสันทต่างๆ ตามเอกลักษณ์ของไทหล่ม เนื่องจากลายผ้าไทหล่มมีลวดลายไม่มาก ในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่มจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทหล่มและความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของการนำลวดลายและองค์ประกอบของชิ้นมาอยู่ในผลิตภัณฑ์ชิ้นเดียวกัน หรือมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องมีความระมัดระวัง เพราะชาวไทหล่มบางคนอาจจะไม่สามารถรับได้และการเกิดการต่อต้านผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

จากผลงานต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไทหล่มของกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยและกลุ่มทอผ้าบ้านอีเล็ด นอกจากจะเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอท้องถิ่นให้มีรูปแบบเหมาะสมกับความต้องการและความนิยมในปัจจุบันแล้ว ยังเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่นิยมสินค้าเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเป็นประโยชน์เชิงวิชาการที่สามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอด พัฒนาแนวคิด และนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบในการพัฒนางานด้านงานทอผ้างานฝีมือในรูปแบบอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้าตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ภูมิปัญญาผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มนับเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับครัวเรือน ส่วนหนึ่งมีการรวมกลุ่มผ้าทอและได้รับการส่งเสริมให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอาชีพและรายได้ของ ชุมชน

1.2 ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นควรส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมกลุ่มและการผลิตผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาอื่นในชุมชนอย่างต่อเนื่อง เน้นการอนุรักษ์สืบสาน ประเพณี

วัฒนธรรม การสืบสานผ้าทอและการแต่งกายในหลาย ๆ รูปแบบทั้งผ่านสถานศึกษา องค์กร ชุมชนและเครือข่ายการผลิตในชุมชนอย่างจริงจัง

1.2 การพัฒนาตลาดที่เป็นอัตลักษณ์ต่อเนื่อง สร้างมูลค่าเพิ่มการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องใช้จากผ้าทอไทลวด ต้องยึดหลักการริเริ่มแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอย อเนกประสงค์ เป็นของฝากของที่ระลึกได้

1.3 สร้างมูลค่าเพิ่มโดยเน้นการอนุรักษ์และความทันสมัย ยึดหลักความยั่งยืนของภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนเป็นสำคัญ สามารถใช้ผ้าทอในการดำเนินชีวิตปัจจุบัน ใช้อย่างมั่นใจและภาคภูมิใจ เป็นของฝากของที่ระลึกได้ สร้างความเท่าเทียม ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย สร้างรายได้ ความผูกพันกับท้องถิ่นและความรักความสามัคคีในชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการผ้าทอไทลวด และพื้นที่อื่นๆ ของจังหวัดเพชรบูรณ์

2.3 ข้อเสนอแนะการแนวทางการเพิ่มมูลค่าของผ้าพื้นเมืองไทลวด ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้า นั้นควรมีการศึกษาวิจัยผ้าประเภทอื่นๆ ของชาวไทลวด เช่น ผ้ากรอม ผ้าควบ หรือผ้าลายราชวัตร ผ้าแพรวลายไต้ปลาไหล เพื่อนำมาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ต่อไป

ภาคผนวก

บรรณานุกรม

- ดารา ทีปะปาล(2542) .พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ดนัย จันทรฉาย (2547). เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ่ง.กรุงเทพฯ:ดีเอ็มจี
- จินตนา สนามชัยสกุล และคณะ (2551). การสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านไทหล่ม เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน
- ฉัตยาพร เสมอใจ (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ:ธรรมกมลการพิมพ์
- ชาย โพลิตา (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ อมรินทร์พริ้นติ้ง
- ฐิติพันธ์ จันทรหอม (2559) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย.วารสาร สมาคมนักวิจัย ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2559
- นันทิยา ดอนเกิด (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าเพื่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านม่วง จังหวัดอุดรธานี.วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ศิลปะและการออกแบบ.มหาวิทยาลัยนเรศวร
- พงษ์ ภาวิจิตร (2548).นวัตกรรมทางธุรกิจ:ยุทธวิธีสู่ความเป็นเลิศเหนือคู่แข่ง .กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล
- พิบูล ทีปะปาล (2547).กลยุทธ์การตลาด : การตลาดสมัยใหม่ (Marketing strategy : contemporary marketing) . กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์
- พินัสณีย์ พรหมศิริ (2547). กลยุทธ์การตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง. ประชาธิธุรกิจ. มกราคม 6.
- พูนลาภ ทิพาติโยธิน(2553). Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า.Productivity World ปีที่ 15 ฉบับที่ 85 (มีนาคม – เมษายน 2553) หน้า 87 -89
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544). เอกสารการสอนชุดประสบการณ์วัฒนธรรมศึกษา.นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วรรณ โขบรรดาสุข กุลยา อนุโลก และวรลักษณ์ ทองประยูร (2558) การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน
ตามแนวแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรี.
วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2558

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์
จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด, 2543

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด. 2555.

ศุภร เสรีรัตน์.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ:บริษัท เอ.อาร์ บีจินเนสเพรส.

ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (2558) .ธุรกิจมีแนวโน้มอย่างไรจับตามองโมเดลใหม่. จากศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์
เว็บไซต์: <http://www.scbeic.com>

สมพิศ สายบุญชื่น และสฤดี คำมี (2560). การศึกษาคำศัพท์ภาษาไทยหล่ม กรณีศึกษาอำเภอหล่มสัก
อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์.การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 มีนาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยะวัน เพชรหมี่ (2560) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา
ท้องถิ่นไทย กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ. *Journal of Community Development Research*
(*Humaities and Social Sciences*) 2017;10(4)

สุธาสินี บุรีคำพันธุ์ (2556) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอก เพื่อการอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพ
ของชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ตำบลเวียงยอง จังหวัดลำพูน. รายงานวิจัยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
กรรม.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อังกาส บุญสูง(2556) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอปากท่า จังหวัดอุตรดิตถ์.

วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.ปีที่ 6 ฉบับที่ 1
มกราคม 2556 – มิถุนายน 2556

อันธิกา ทิพย์จำนง (2557) การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอ อำเภอกระแสนิษฐ์ จังหวัดสงขลา.วารสาร
ศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 6 ฉบับที่ 12
กรกฎาคม – ธันวาคม 2557

อรุณวรรณ ตั้งจันทร์ เกสร ชิตะจารี และนิรัชสุด สังข์ (2556) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากผ้าปัก
ชาวเขาเผ่าม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์.วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
นเรศวร ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 ตุลาคม – ธันวาคม 2556

Best, J., & Luckenbill, D. (1981). Organizing deviance. Prentice Hall.

*Chematomy, L., Dall'Olmo Riley, F., & Harris, F. (1998). Criteria to assess brand success. Journal of
Marketing Management, 14(7), 765-781.*

*Cooper, R. G., & Kleinschmidt, E. J. (1995). Benchmarking the firm's critical success factors in new
product development. Journal of product innovation management, 12(5), 374-391.*

Kotler,P.(2003).Marketing Management. (9th ed.). New Jersey:Prentice Hall.

Lamb, Hair & McDaniel. (1992). Principles of Marketing. New Jersey: Cengage South-Western.

*Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidities: A paradox in managing new product
development. Strategic management journal, 13(S1), 111-125.*

*Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Consumer Behavior.9th ed. Englewood Cliffs, New
Jersey:Prentice Hall.*

Solomon, M.R. (1992). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. UK: Prentice Hall.

Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). Consumer behavior. (5th ed.). New Jersey : Upper

Saddle River.

Nilson, T. H. (1992). Value-added marketing: marketing management for superior results. McGraw-Hill Book Company.



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัย นางสาวปิยะวัน เพชรหมี่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

นิยามเชิงปฏิบัติการ ผ้าทอพื้นเมือง หมายถึง ผ้าที่ทอจากวัสดุจากธรรมชาติประเภทไหมหรือฝ้ายมีลวดลายมีเอกลักษณ์ร่วมกันของแต่ละพื้นที่

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 บริบทผ้าทอไทหล่ม

ตอนที่ 3 ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทหล่ม

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ - นามสกุล.....

อายุ ปี

ที่อยู่.....

ตอนที่ 2 บริบทผ้าทอไทหล่ม

1. บริบทและความสัมพันธ์ของผ้าทอกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มทอผ้า

.....

.....

.....

.....

.....

2. เทคนิคหรือรูปแบบการทอผ้า

.....

.....

.....

.....

.....

3. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้า

.....

.....

.....

.....

.....

4. เส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า

.....

.....

.....

5. การย้อมสีของผ้า

.....

.....

.....

.....

6. ลวดลายของผ้าที่ทอ

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ผลิตรักข์จากผ้าทอไทหล่ม

1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอไทหล่มที่มีจำหน่าย

.....

.....

.....

.....

2. ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าทอ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือ

คณะผู้วิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

ในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัย นางสาวปิยะวัน เพชรหมี่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

นิยามเชิงปฏิบัติการ ผ้าทอพื้นเมือง หมายถึง ผ้าที่ทอจากวัสดุจากธรรมชาติประเภทไหมหรือฝ้ายมีลวดลายมีเอกลักษณ์ร่วมกันของแต่ละพื้นที่

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ราคา รูปแบบ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การสร้างแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรด ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ระบุไว้ให้และตอบคำถามให้ตรงความจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง
2. อายุ
☐ 1. ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ☐ 2. ช่วงอายุ 20 – 30 ปี
☐ 3. ช่วงอายุ 31-40 ปี ☐ 4. ช่วงอายุ 41 – 50 ☐ 5. ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
☐ 1.โสด ☐ 2.สมรส
☐ 3. หย่าร้าง ☐ 4. หม้าย
4. ระดับการศึกษา
☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2.ปริญญาตรี
☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. ปริญญาเอก
5. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองบ่อยมากแค่ไหน
☐ 1. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง ☐ 2. เดือนละ 1 ครั้ง
☐ 3. เดือนละ 2 ครั้ง ☐ 4. มากกว่าเดือนละ 2 ครั้ง ☐ 5. ไม่เคยซื้อเลย
6. จำนวนเงินในการซื้อผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละครั้ง
☐ 1. ต่ำกว่า 500 บาท ☐ 2. 1,000-2,000 บาท
☐ 3. 2,001-3,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 3000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ ราคา รูปแบบ

คำชี้แจง โปรด ✓ ในช่อง ☒ หน้าข้อความที่ระบุไว้ให้และตอบคำถามให้ตรงความจริงมากที่สุด
เพียงข้อเดียว

1. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองเพื่อวัตถุประสงค์ใด

☐ 1. ซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันได้ ☐ 2. ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ

หรือของที่ระลึก

☐ 3. ซื้อไปเพื่อเป็นของสะสม ☐ 4. ซื้อเพื่อจะได้ช่วยในการอนุรักษ์และส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรม
ไทย

2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ท่านมีความต้องการ

☐ 1. ผ้ารองจานและผ้ารองแก้ว ☐ 2. กระเป๋า ☐ 3. สมุดบันทึก

☐ 4. หมอนอิง ☐ 5. เข็มกลัด ☐ 6. ผ้ากัน
เปื้อน

☐ 7. ชุดเครื่องแต่งกาย ☐ 8. ผ้าพันคอ ☐ 9. ซองโทรศัพท์

3. ภาพลักษณ์ผ้าทอพื้นเมืองแบบใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับการนำผ้าทอพื้นเมืองไทหล่มมาประยุกต์

☐ 1. แบบเรียบง่าย ☐ 2. แบบหรูหรา

☐ 3. แบบน่ารัก ☐ 4. แบบย้อนยุค

☐ 5. ทันสมัย ☐ 6. อ่อนหวาน

4. รูปแบบผ้าพื้นเมือง ใดที่ท่านชื่นชอบ

☐ 1. แบบเรียบง่าย ☐ 2. แบบหรูหรา

☐ 3. แบบน่ารัก ☐ 4. แบบย้อนยุค

☐ 5. ทันสมัย ☐ 6. อ่อนหวาน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบูรณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้