

รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์

The Development Model of Community Products from Local Textile

Wisdom Using for Commerce

¹กীরติญา สอนเนย และ ²จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง

Keeratiya Sornnoey and Jiraphat Kaewsritong

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Home Economics, Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University

Email: ¹keeratiya.S@psru.ac.th, ²jiraphat57@psru.ac.th

Received October 15, 2022; Revised November 6, 2022; Accepted November 28, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและประเมินรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยใช้การศึกษาในเชิงเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนชุมชน จำนวน 20 คน กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปผ้าทอจำนวน 30 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 20 คน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง และกลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 30 คน ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ มีวิธีดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น 2) สร้างและพัฒนารูปแบบและ 3) การประเมินผลรูปแบบ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบประเมินความเหมาะสม ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนาผลการวิจัยพบว่า

1) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่นเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ (3M-Pluses Model) มี 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กำลังคน (Man Power) 2) การบริหารจัดการ (Management) 3) การตลาด (Marketing) 4) การมีส่วนร่วม (Participation) 5) การเรียนรู้ร่วมกัน (Learning) 6) เอกลักษณ์ (Unique) 7) มาตรฐาน (Standard) 8) การประเมินผล (Evaluation) และ 9) ความยั่งยืน (Sustainability)

2) การทดลองใช้รูปแบบได้ผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรอง 3 ผลิตภัณฑ์ และได้รับความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับมาก กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปผ้าทอมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมรูปแบบในระดับมากที่สุด และผลประเมินความเหมาะสมของรูปแบบพบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบ; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; ภูมิปัญญาผ้าทอ; เชิงพาณิชย์

Abstract

In this article, a community product creation methodology based on local commercial woven fabric expertise is developed and evaluated. Participatory research methods, such as documented studies, in-depth interviews, and the sample group consisted of a small group of 20 professionals meeting with a smaller group of 20 people chosen at random, as well as a group of satisfaction raters and a group of community representatives. A total of 30 people were obtained by randomization. There are three steps in the research process: 1) Research the fundamentals; 2) Develop and improve a model; 3) Formal evaluation Interview forms, questionnaires, and suitability assessment forms were the instruments employed for data collection. Using descriptive statistics of the research findings, the qualitative data assessed the content and quantitative data.

1) There are nine components in the 3M-Pluses Model for creating community products from locally woven fabrics for commercial usage, including 1) manpower; 2) management; 3) marketing; 4) participation; 5) learning; and 6) uniqueness; 7) standard; 8) evaluation; and 9) sustainability.

2) The model's testing period has ended. The product has satisfied three product certifications. The evaluation of the model's applicability was determined to be at the highest level, and those who are interested in a high level of woven fabric producers and processing groups are content with joining the pattern at the highest level.

Keywords: Model; Community Products; Fabric Wisdom; Commercial

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561–2580 มุ่งเน้นให้ประชากรในประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สามารถสร้างรายได้ สร้างความเจริญและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน สังคม ด้วยทุนมนุษย์ ทุนภูมิปัญญา ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะทุนภูมิปัญญาทางการทอผ้า เนื่องจากการทอผ้าของท้องถิ่นแต่ละภูมิภาคเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คน และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ควรค่าแก่การนำมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มได้ สอดรับกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดเพื่อผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถจำหน่ายได้ (Community Development Department, 2018)

จังหวัดพิษณุโลกถือเป็นเมืองรองที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ (Phirasant, 2022) มีภูมิปัญญาผ้าทอจากความหลากหลายของชาติพันธุ์ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอาศัยในพื้นที่ มีกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอท้องถิ่นและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าหลากหลายกลุ่ม แต่จากการศึกษา การประชุมกลุ่มย่อย และการลงพื้นที่เบื้องต้นพบว่าทางกลุ่มประสบปัญหาด้านการผลิตและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เช่น แรงงานด้านทักษะฝีมือผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน ด้านองค์ความรู้ในการพัฒนารูปแบบสินค้า ด้านการตลาด และการสืบทอดสู่เยาวชนรุ่นหลัง ส่งผลให้ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นบางส่วนไม่ได้รับการสืบทอด และผลตอบแทนในเชิงพาณิชย์ของกลุ่มผู้ผลิตยังไม่สูงมากนักถ้าเปรียบเทียบกับการลงทุนและระยะเวลาการผลิต มีรายได้ไม่แน่นอน สมาชิกกลุ่มบางคนที่มีภาระค่าใช้จ่ายจะหันไปทำงานประจำที่มีรายได้แน่นอนก่อน จึงทำให้ทางกลุ่มมีกำลังการผลิตในปริมาณที่จำกัด (Kaewsritong et al., 2019) จะเห็นได้ว่าประเด็นปัญหาสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอคือ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอยที่อาจจะยังไม่ครอบคลุม หรือกระตุ้นความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีหลากหลายได้ และกลุ่มผู้ผลิต เช่น องค์ความรู้ ทักษะของผู้ผลิตในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอให้สอดคล้องกับความต้องการหรือสถานการณ์ของตลาดและบริบทของชุมชนและทุนของชุมชน จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่นได้รับความสนใจและจำหน่ายได้จริง

ดังนั้นการสร้างรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์เปรียบเสมือนเครื่องมือนวัตกรรมทางความคิดในการพัฒนาภูมิปัญญาให้เกิดประโยชน์และลดปัญหาในมิติต่างๆ แบบองค์รวมทั้งระบบ เริ่มจากรวบรวมปัญหาที่ได้เพื่อนำมาเป็นแนวทางในกำหนดรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงานวิจัยเพื่อให้สามารถตอบโจทย์และความต้องการที่มีอยู่ของชุมชนโดยบูรณาการทุนมนุษย์หรือทรัพยากรที่มีคุณค่าของชุมชนมาสร้างมูลค่าผ่านการเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อเป็นเครื่องมือสำเร็จรูปพร้อมใช้ให้กับชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางและพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ตรงกับความต้องการและเกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างแท้จริง

บทความวิจัยนี้นำเสนอกระบวนการสร้างและประเมินผลรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ โดยการวัดผลประสิทธิภาพของรูปแบบจากตัวแปรที่กำหนดไว้คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมต้องได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ความพึงพอใจของผู้สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิตที่มีต่อการเข้าร่วม และรูปแบบมีความเหมาะสมในภาพรวมตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นการวิจัยเรื่องนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งเชิงวิชาการ องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญา เชิงสังคมเกิดเครือข่ายความร่วมมือในการอนุรักษ์ต่อยอดทุนชุมชน และเชิงเศรษฐกิจในการสร้างรายได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์
2. เพื่อประเมินรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาารูปแบบ

รูปแบบเป็นแบบจำลองอย่างง่ายที่ผ่านการศึกษาและพัฒนาขึ้นมาเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น สร้างและพัฒนาขึ้นจากหลักปรัชญา ทฤษฎี หลักการ แนวคิด และความเชื่อ เพื่อแสดงถึงโครงสร้างทางความคิดหรือองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่สำคัญอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจได้ง่ายและกระชับถูกต้อง วัดและตรวจสอบได้ ลักษณะของรูปแบบต้องเป็นแนวทางที่นำไปสู่การทำนายผลที่ตามมาที่สามารถพิสูจน์และทดสอบได้เชิงประจักษ์ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและโครงสร้างที่สามารถอธิบายได้ ช่วยสร้างจินตนาการความคิดรวบยอดและช่วยขยายขอบเขตของการสืบเสาะความรู้ (Prommanee., Eamsaard & Grasung, 2017) ซึ่งการสร้างและพัฒนาารูปแบบประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 2) ดำเนินการสร้างรูปแบบ 3) ทดลองใช้รูปแบบกับกลุ่มเป้าหมาย 4) ประเมินผลรูปแบบ 5) ปรับปรุงรูปแบบ 6) นำรูปแบบไปขยายผล (Kaewsritong, 2018) นอกจากนี้ยังพบว่าการตรวจสอบรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีหลายวิธี โดยอาจจะให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงประจักษ์ ทั้งเชิงปริมาณและคุณลักษณะ วิธีการตรวจสอบรูปแบบใช้ทั้งการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เช่น การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) วิธีการแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic future research) การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) แต่วิธีการตรวจสอบรูปแบบที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ การนำรูปแบบไปทดลองใช้และวัดประสิทธิภาพของรูปแบบว่าใช้ได้จริงหรือไม่ เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพียงใด (Nijaneat, 2017)

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ตัวผลิตภัณฑ์และการบริการที่เกิดจากชุมชนเป็นผู้ดำเนินการจากทุนของชุมชนหรือองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะสมมาประกอบกับการใช้ทรัพยากรที่มีในชุมชนเป็นหลักโดยมีรูปแบบและลักษณะเฉพาะ (Kaewsritong, 2022) ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน กล่าวได้ว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนควรถูกออกแบบและพัฒนาขึ้นมาเพื่อความยั่งยืนในมิติใดมิติหนึ่งหรือหลายมิติรวมกันก็ได้ (Vantamay, 2018) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรใช้การมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย 1) การสืบค้นทุนชุมชนเพื่อสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Idea Generation) 2) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้จากแนวคิด (Idea Screening) เพื่อประเมินความเป็นไปได้และคัดเลือกแนวความคิดที่เหมาะสม 3) การ

พัฒนาและทดสอบความคิด (Concept Development and Testing) พร้อมนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 4) การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ ทางสังคม บริบท 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการนำแนวความคิดที่ผ่านการพัฒนาและทดสอบผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 6) การทดสอบตลาด (Market Testing) โดยนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมาย 7) การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เป็นการผลิตเชิงพาณิชย์หรือการนำออกจำหน่ายสู่ตลาด เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนควรทำให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ให้กับชุมชนเพราะเป็นสิ่งสำคัญต่อการเลือกซื้อ จึงจะสามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและลูกค้าทั่วไปเพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Chaemchamrus et al., 2022)

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น

ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่กลุ่มชนได้สร้างจากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ในการปรับตัว ได้มีการพัฒนาสืบสานกันมา (Wanichakorn, 2017) ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมของชาวบ้านในท้องถิ่นมีการเรียนรู้ ซึ่งการทอผ้าจัดได้ว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จะนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ เนื่องจากผ้าทอเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ มีอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เปรียบเสมือนตัวแทนแห่งคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาของคนในแต่ละท้องถิ่นรวมถึงทุนของชุมชนที่นำมาสร้างสรรค์ผ่านผืนผ้า ตั้งแต่กระบวนการของเส้นใย การย้อมสี การออกแบบลวดลาย และการทอของศิลปินผู้สร้างสรรค์เป็นภูมิปัญญาที่มีการสั่งสมและถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น การทอผ้าในแต่ละพื้นที่จะมีลักษณะเป็นของตนเองทั้งในด้านการทอวัตถุดิบที่ใช้ สี สัน ลวดลาย และรูปแบบการใช้สิ่งทอนั้นๆ ขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน วิธีการทอผ้าจะมีหลักการทอคล้ายกับการสานลายขัด คือ การขัดกันที่เรียกว่าเส้นยืนและเส้นพุ่ง เทคนิคการทอผ้ามีหลายเทคนิค เช่น มัดหมี่ ยกดอก จก ล้วง ชิด (Panichphan, 2004) แนวทางการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 4 วิธีการหลัก ได้แก่ 1) การอนุรักษ์คือ การบำรุงรักษาสินค้าที่ดั้งเดิมไว้ 2) การฟื้นฟูคือการรื้อฟื้นสิ่งที่ดั้งเดิมที่หายไป เลิกไป หรือกำลังจะเลิกให้กลับมาเป็นประโยชน์ 3) การประยุกต์นำอัตลักษณ์ของภูมิปัญญามาประยุกต์หรือผสมผสานเข้ากับองค์ความรู้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ และ 4) การสร้างใหม่ คือ การค้นคิดใหม่หรือประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่แต่มีพื้นฐานองค์ความรู้จากภูมิปัญญานำเสนอในรูปแบบใหม่

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม

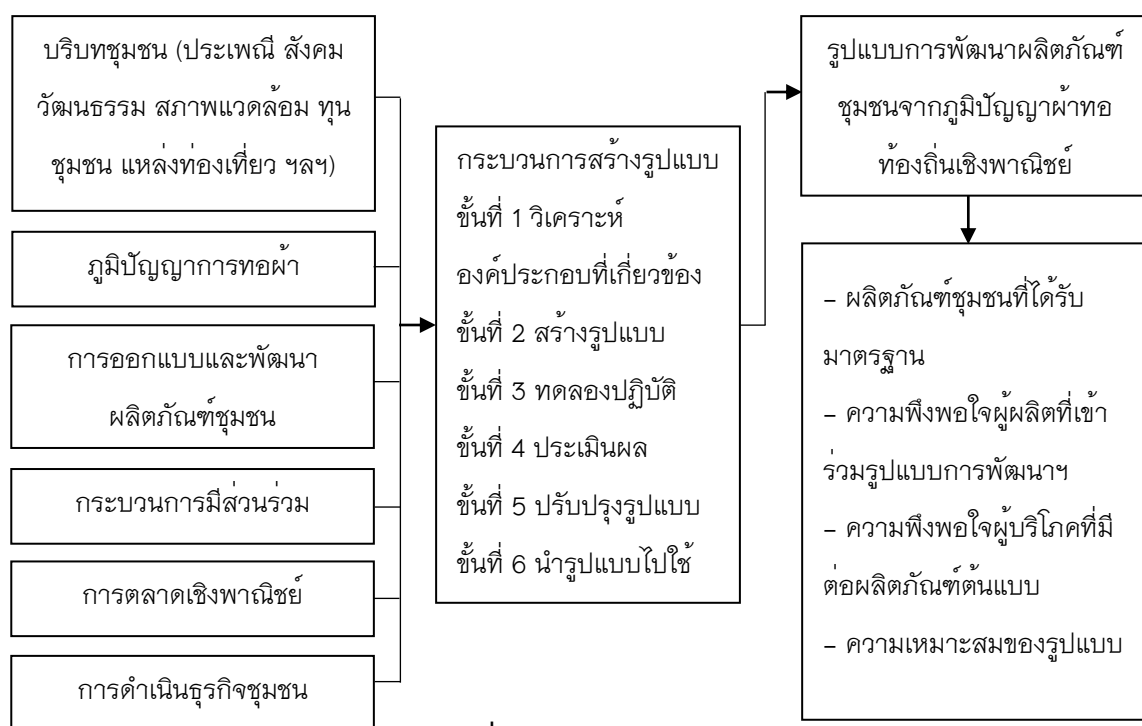
การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย (Chaemchamrus, et al., 2022) มีวิธีการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การพบกัน (Socialization) การพบกันระหว่างนักออกแบบและช่างชาวบ้าน ปรชาชนชุมชน หรือครูภูมิปัญญาของ

ชุมชน เป็นการได้พบเห็นสร้างความรู้จักซึ่งกันและกันเรียนรู้ หาข้อมูลของต้นทุนภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้รู้สึกได้ว่ามีบางอย่างร่วมกัน 2) เผยแพร่ (Externalization) การนำเอาประสบการณ์ความรู้ ความคิด ภายในตัวช่างชาวบ้าน ปราชญ์ชุมชน หรือครูภูมิปัญญาของชุมชน และนักออกแบบมา แลกเปลี่ยนระหว่างกัน 3) บูรณาการ (Combination) การออกแบบภายใต้ข้อจำกัด และช่างท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการเสนอแนะความคิด 4) ปฏิบัติร่วมกัน (Internalization) การสร้างต้นแบบโดยช่างท้องถิ่น พัฒนาร่วมกันกับนักออกแบบ (Wanichakorn, 2017) เหล่านี้คือกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมอย่างของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

สรุปจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นมีความสำคัญและเชื่อมโยงกับ ธุรกิจชุมชนผ่านตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการของชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เป็นการสร้างงานสร้าง อาชีพจากทุนชุมชนเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์และสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความยั่งยืน ได้ โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาร่วมกัน ซึ่งจะเห็นว่าหากมีการสร้างรูปแบบ เชิงกระบวนการสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ได้นั้น จะ เป็นการส่งเสริมสถานการณ์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดีเพื่อเป็นองค์ความรู้ใหม่ และจากการศึกษาพบว่ายัง ไม่มีการกล่าวถึงในเชิงบูรณาการในเรื่องนี้ ดังนั้นจึงควรที่จะมีการสร้างรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ เนื่องจากรูปแบบของการพัฒนาเปรียบเสมือนเครื่องมือ ที่ผ่านกระบวนการอย่างมีคุณภาพในการช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน นำมาซึ่งประโยชน์ในหลายมิติ ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผู้วิจัยศึกษา ข้อมูลจากบริบทชุมชน ประชาชนในพื้นที่ ผู้ผลิต ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในชุมชนและภายนอกชุมชน รวมถึงทฤษฎีต่างๆ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมี รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดพิษณุโลก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไปและตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอและแปรรูปในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 20 คน ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หัวหน้ากลุ่มสตรี ครูภูมิปัญญาด้านผ้าทอ จำนวน 10 คน (พิจารณาผู้ที่ได้รับการยอมรับ)

2) กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอและแปรรูป คือ กลุ่มวิสาหกิจตัดเย็บสนามคลี กลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม และกลุ่มงานประดิษฐ์จากผ้า จำนวน 30 คน (ตัวแทนกลุ่มละ 10 คน) ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการพิจารณาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มที่ได้จากการลงพื้นที่และการให้ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการประชุมกลุ่มย่อย ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิต ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้อง ครูภูมิปัญญาด้านผ้าทอ นักวิชาการ นักออกแบบ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน ได้จากการสุ่มแบบเจาะจงแล้วบอกต่อด้วยเทคนิคสโนว์บอล (Snow ball)

4) กลุ่มผู้สนใจประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คือ บุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์ จำนวน 30 คน ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

5) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบ จำนวน 5 ท่าน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณาจากความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับมีประสบการณ์ 10 ปี ขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด ประเด็นคำถามด้านข้อมูลบริบทชุมชน สภาพปัญหาความต้องการของงานภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) แบบสนทนากลุ่ม เป็นประเด็นสนทนาเกี่ยวกับลักษณะ องค์ประกอบที่เหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์

3) แบบสอบถามความพึงพอใจ ประกอบด้วย แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ผลิต มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

4) แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

การตรวจความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content of validity) ของ แบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม แบบสอบถาม และแบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence :IOC) 0.5-1

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถาม พบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามความพึงพอใจผู้ผลิตเท่ากับ 0.75 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบเท่ากับ 0.77

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

1) ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลบริบทชุมชน สภาพปัญหาความต้องการของงานภูมิปัญญา ผ้าทอท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ ดำเนินการร่างรูปแบบโดยนำผลจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มาเป็นแนวทางในการสร้าง แล้วประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อร่วมวิเคราะห์ร่างรูปแบบ จากนั้นวิพากษ์และยืนยันรูปแบบที่สร้างขึ้นด้วยวิธีการสนทนากลุ่มแล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำรูปแบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนที่ 3

3) ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ โดยดำเนินการทดลองใช้รูปแบบกับกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอและแปรรูปเป้าหมาย จากนั้นประเมินรูปแบบจากผลลัพธ์ 2 ส่วน ประกอบด้วย ตัวแปรที่ศึกษา คือ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้จากกระบวนการ

การพัฒนาต้องได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วม และประเมินความเหมาะสมรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ในภาพรวม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในเชิงเอกสารเพื่อให้ทราบถึงแนวคิด หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และความเชื่อมโยงบริบทของภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น และการศึกษาในภาคสนามลงพื้นที่เป้าหมายในจังหวัดพิษณุโลก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต และเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics)

โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โครงการวิจัยเลขที่ PSRU-EC2021/037

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ หรือเรียกว่า 3M-Pluses Model มีรายละเอียดดังนี้

M_1 – Man Power: การระดมกำลังคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งจากภายในชุมชนและภายนอกชุมชน เป็นการใช้องค์ความรู้ ความสามารถของทุนมนุษย์หรือทรัพยากรบุคคลที่มีเป็นองค์ประกอบหลักในการดำเนินงาน เช่น ทุนภูมิปัญญา ทักษะฝีมือ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมทางความคิด

M_2 – Management: การบริหารจัดการในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้ เวลา แรงงาน เงินทุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยหลักการบริหารจัดการตั้งแต่การวางแผน การลงมือปฏิบัติ และการประเมินผล

M_3 – Marketing: การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนเริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดเพื่อนำข้อมูลเบื้องต้นมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ แล้ววางแผนการตลาดเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายเมื่อนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดโดยใช้ช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน

P – Participation: การมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการใช้ศักยภาพและความสามารถของแต่ละฝ่ายตั้งแต่ขั้นเริ่มต้นจนถึงขั้นประเมินผล

L – Learning: การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะเป็นการส่งเสริมให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกลไกในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ข้อคิดเห็น

U – Unique: เอกลักษณ์เป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นสะท้อนถึงเรื่องราวประวัติความเป็นมาของผ้าทอสามารถสร้างจุดเด่นและความต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้

S – Standard: มาตรฐานคือเครื่องมือสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทางและขอบข่ายการดำเนินงานที่ชัดเจนขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพโดยเฉพาะมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเบื้องต้นที่ควรผ่านเกณฑ์ได้รับการรับรอง เหล่านี้จะเป็นการสนับสนุนการตลาดให้มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

E – Evaluation: การประเมินผลเป็นการหาข้อสรุปเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงวิธีการดำเนินงานทั้งหมดประเมินทั้งตัวชี้วัดที่กำหนด เช่น ประเมินตัวผลิตภัณฑ์ ศักยภาพผู้ผลิต รายได้ในเชิงพาณิชย์

S – Sustainability: ความยั่งยืนคือหัวใจสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เมื่อพัฒนาแล้วต้องไม่ทำลายสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ แต่ต้องเป็นการสนับสนุน เช่น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับทุนวัฒนธรรม เกิดเครือข่ายการทำงานของกลุ่มจากการรวมกลุ่ม และเกิดการสร้างรายได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ จากตัวแปรที่กำหนดไว้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจของผู้สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต และความเหมาะสมของรูปแบบในภาพรวม มีรายละเอียดดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากการดำเนินกิจกรรม แล้วนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบตัวอย่างส่งเข้ารับประเมินเพื่อขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก โดยเลือกเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากกลุ่มผู้ผลิต 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจตัดเย็บสนามคลี จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานประดิษฐ์จากผ้า จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งหมด 3 ผลิตภัณฑ์ และได้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เลขที่ 676-12/417 (พล) และเลขที่ 646-11/417 (พล) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ความพึงพอใจของผู้สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50) มีอายุระหว่าง 21-40 ปี (ร้อยละ 50) อาชีพพนักงานของรัฐ (ร้อยละ 50) รายได้ 15,000 – 25,000 บาท (ร้อยละ 50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 50) มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตางค์แบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.35$, S.D = 0.25) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตางค์แบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.34$, S.D = 0.20) อยู่ในระดับมาก และผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตางค์แบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.27$, S.D = 0.24) อยู่ในระดับมากดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้สนใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

รายการประเมิน	กระเป๋าสตางค์แบบที่ 1			กระเป๋าสตางค์แบบที่ 2			กระเป๋าสตางค์แบบที่ 3		
			ระดับ			ระดับ			ระดับ
	$\bar{X}$	S.D	ความ คิดเห็น	$\bar{X}$	S.D	ความ คิดเห็น	$\bar{X}$	S.D	ความ คิดเห็น
1.มีความประณีต สวยงาม	4.23	.72	มาก	4.17	.60	มาก	4.23	.82	มาก
2.ขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้งาน	4.13	.73	มาก	4.37	.49	มาก	4.27	.64	มาก
3.รูปแบบมีความเหมาะสมกับวัสดุที่นำมาใช้	4.37	.67	มาก	4.20	.85	มาก	4.40	.56	มาก
4.การวางลวดลายและสีสันทนของผ้าทอท้องถิ่น	4.47	.63	มาก	4.33	.71	มาก	4.13	.68	มาก
5.ลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัย	4.40	.62	มาก	4.43	.57	มาก	4.30	.65	มาก
6.สามารถผลิตเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ได้	4.23	.72	มาก	4.27	.64	มาก	4.03	.66	มาก
7.มีเอกลักษณ์สะท้อนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่น	4.63	.50	มากที่สุด	4.63	.49	มากที่สุด	4.50	.57	มากที่สุด
รวม	4.35	.25	มาก	4.34	.20	มาก	4.27	.24	มาก

3) ความพึงพอใจของผู้ผลิตต่อการเข้าร่วมรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70) มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 65) ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผ้าทอเป็นพื้น (ร้อยละ 35) และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 65) มีความชำนาญการทอ (ร้อยละ 40) และการตัดเย็บ (ร้อยละ 60) มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับผ้าทอและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเฉลี่ย 10 ปี รายได้ 5,000 – 15,000 บาท (ร้อยละ 50) การศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 45) มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D = 0.17) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ผลิตต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1.การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมดำเนินงานของรูปแบบฯ	4.63	.56	มากที่สุด
2.การได้รับประโยชน์ต่อการเข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าทอท้องถิ่น	4.70	.47	มากที่สุด
3.การได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าทอท้องถิ่น	4.60	.49	มากที่สุด
4.การได้นำประสบการณ์และความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.57	.50	มากที่สุด
5.ผู้ดำเนินกิจกรรมมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ มีมนุษยสัมพันธ์ ให้ความสนใจผู้เข้าร่วมอย่างทั่วถึง	4.50	.50	มากที่สุด
6.วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ประกอบกิจกรรมมีความเหมาะสม	4.40	.49	มาก
7.ระยะเวลาในการดำเนินงานมีความเหมาะสม	4.47	.50	มาก
8.ลักษณะของกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการ สามารถปฏิบัติตามได้	4.67	.47	มากที่สุด
รวม	4.57	.17	มากที่สุด

4) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D = 0.42) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อรูปแบบการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์

ความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเหมาะสม
1.องค์ประกอบของรูปแบบฯ 3M-Pluses Model มีความสอดคล้องกับการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่น	4.60	.54	มากที่สุด
2.กระบวนการจัดการเหมาะสมกับลักษณะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.40	.54	มาก
3.การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่ง	4.60	.54	มากที่สุด
4.ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและสามารถ จำหน่ายได้จริงในเชิงพาณิชย์	4.60	.89	มากที่สุด
5.การประเมินผลลัพธ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนารูปแบบฯ	4.40	.89	มาก
6.รูปแบบการพัฒนาฯ สามารถนำไปใช้ขยายผลได้	4.60	.89	มากที่สุด
7.ความเหมาะสมในภาพรวม	4.60	.54	มากที่สุด
รวม	4.54	.42	มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ หรือเรียกว่า 3M-Pluses Model เปรียบเสมือนแผนผังทางความคิดขององค์ประกอบและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับ Khaemmanee (2005) กล่าวว่า รูปแบบเป็นเครื่องมือทางความคิดสร้างมาจากความคิด ประสบการณ์ หรือจากทฤษฎี หลักการและแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น แผนผัง ไดอะแกรม หรือแผนภาพ ซึ่งรูปแบบที่ได้ คือ การใช้ทุนมนุษย์เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน (Man Power) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนางานต่างๆ มีทุนภูมิปัญญา ทักษะฝีมือแรงงาน ประสบการณ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ องค์ความรู้ในตัวบุคคลที่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ (Phuangngam, 2019) โดยอาศัยหลักการบริหารจัดการ (Management) และปัจจัยด้านการตลาด (Marketing) เป็นสิ่งกำหนดแนวทางการดำเนินงานทั้งนี้เพื่อให้ตอบโจทย์ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จึงต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน แล้วใช้กระบวนการมีส่วนร่วม (Participation) การเรียนรู้ร่วมกัน (Learning) ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งจากภายในชุมชนและภายนอกชุมชนในการใช้ศักยภาพ ความสามารถที่มีมาส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ เนื่องจากเป็นกระบวนการในการเปิดโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ที่มีของแต่ละฝ่าย (Nua-amnat, et al., 2021) เริ่มตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติงาน ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องใช้ทรัพยากรหรือทุนชุมชนเป็นปัจจัยหลักในกระบวนการผลิต ประกอบกับองค์ความรู้จากภายนอกชุมชนเพื่อมาเสริมหรือมาสนับสนุนให้เกิดความพร้อมมากยิ่งขึ้นเกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือทางสังคมระหว่างกัน (Kaewsritong, et al., 2019)

นอกจากนี้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์ (Unique) สะท้อนภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นเป็นไปตามมาตรฐาน (Standard) ของผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือสะท้อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ สอดคล้องกับ Chaemchamrus et al. (2022) ได้ผลวิจัยว่าเอกลักษณ์ในชุมชนสามารถนำมาประยุกต์และต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าได้และสอดคล้องกับ Artitkawin, Intakhon & Thongsuk (2019) ได้ผลวิจัยว่าการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ต้องยึดอัตลักษณ์ความเป็นตัวเอง และเรื่องเล่าที่นำเสนอเอกลักษณ์ของสินค้าที่เกิดจากชุมชน และในรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องมีการประเมินผล (Evaluation) ทั้งในส่วนของตัวเองผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต สถานการณ์การตลาด บริบทที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย และอยู่บนพื้นฐานของหลักความยั่งยืน (Sustainability) เมื่อพัฒนาแล้วต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ในทางกลับกันต้องเป็นการส่งเสริมสนับสนุน เช่น เป็นการเพิ่มมูลค่า

ให้กับทุนวัฒนธรรม เกิดเครือข่ายการทำงานของชุมชนจากการรวมกลุ่มทางสังคม และเกิดรายได้ (Vantamay, 2018)

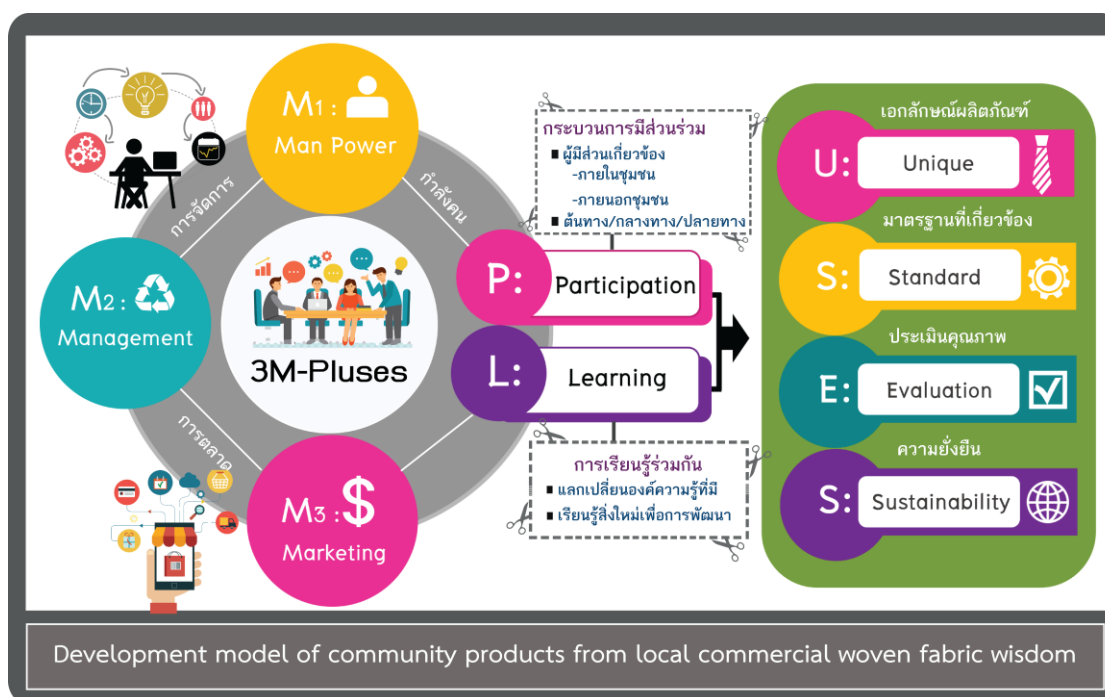
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์จากตัวแปรที่กำหนดไว้ คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ และได้รับความพึงพอใจจากผู้สนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายการประเมินด้านผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์สะท้อนภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาได้มีการกำหนดมิติของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ว่ามีเกณฑ์อย่างไรบ้างของมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาวางแนวทางในการพัฒนา รวมถึงมุ่งเน้นการค้นหาเอกลักษณ์ของชุมชนมาประยุกต์ต่อยอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความเฉพาะของท้องถิ่นและคำนึงถึงความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบกับการดำเนินงานด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชนที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์แตกต่างกันมาร่วมบูรณาการ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่พัฒนาขึ้นได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Pokkrong et al. (2022) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและงานศิลปกรรมร่วมสมัยด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมพบว่าได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับ Sikka, et al. (2021) ที่ได้ศึกษาข้อมูลความต้องการทางการตลาดก่อนพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

สำหรับผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วมในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลักษณะของกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการ สามารถปฏิบัติตามได้ กับการได้รับประโยชน์ต่อการเข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าทอท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการออกแบบรูปแบบการพัฒนาได้เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตมีส่วนร่วมตั้งแต่การสะท้อนถึงสภาพปัญหาความต้องการ ร่วมดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรมจนสามารถนำผลิตภัณฑ์ส่งเข้ารับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ และร่วมสรุปผล เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วมได้เกิดประสบการณ์และมีความเชื่อมั่นที่จะนำ ทักษะ ความรู้ ความเข้าใจไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่นต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ Tuekkhaow, Jamjuree & Poonsuwan (2021) ได้ผลวิจัยพบว่าการลงมือปฏิบัติจริงและได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริงและมีความร่วมมือในการมีส่วนร่วมทุกกระบวนการส่งผลให้เกิดความสำเร็จ และผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกระบวนการสร้างและพัฒนาแบบเกิดจากการวิเคราะห์ สังเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ผ่านการปรับปรุง การทดลองใช้ ซึ่งเป็นวิธีการตรวจสอบรูปแบบที่น่าเชื่อถือมากที่สุด (Nijaneat, 2017) และใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสอดคล้องกับ Prommanee, Eamsaard & Grasung (2017)

กล่าวว่ารูปแบบต้องเป็นแนวทางที่นำไปสู่การทำนายผลที่ตามมาที่สามารถพิสูจน์และทดสอบได้เชิงประจักษ์

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ คือ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่นเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ หรือเรียกว่า 3M-Pluses Model ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ เปรียบเสมือนเครื่องมือสำเร็จรูปที่นำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่ง 3M ได้แก่ กำลังคน (Man Power) การบริหารจัดการ (Management) การตลาด (Marketing) เป็นองค์ประกอบตั้งต้นที่ต้องนำมาวิเคราะห์ จากนั้นใช้กระบวนการมีส่วนร่วม (Participation) และการเรียนรู้ร่วมกัน (Learning) ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนในขับเคลื่อนงานและผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นจะต้องมีเอกลักษณ์ (Unique) สะท้อนถึงท้องถิ่นซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชน มีเกณฑ์มาตรฐาน (Standard) ที่เกี่ยวข้องมารองรับให้เกิดคุณภาพและส่งเสริมการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้จริง รวมถึงการประเมินผล (Evaluation) เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน (Sustainability) ที่เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาชุมชน สามารถแสดงความเชื่อมโยงของแต่ละองค์ประกอบดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าทอท้องถิ่นเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์

สรุป

รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ หรือเรียกว่า 3M-Pluses Model ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก คือ 1) กำลังคน (Man Power) 2) การบริหารจัดการ (Management) 3) การตลาด (Marketing) 4) การมีส่วนร่วม (Participation) 5) การเรียนรู้ร่วมกัน (Learning) 6) เอกลักษณ์ (Unique) 7) มาตรฐาน (Standard) 8) การประเมินผล (Evaluation) และ 9) ความยั่งยืน (Sustainability) และจากการประเมินผลของรูปแบบโดยการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายพบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากกระบวนการดังกล่าวสามารถผ่านเกณฑ์และได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นมาตรฐานเบื้องต้นในการยกระดับของผลิตภัณฑ์ชุมชน และจากการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่สนใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่พัฒนาขึ้นพบว่าได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รวมถึงกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปผ้าทอที่เข้าร่วมก็มีความพึงพอใจต่อรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบในภาพรวมโดยผู้ทรงคุณวุฒิพบว่ารูปแบบมีความเหมาะสมมากที่สุด ดังนั้นสรุปได้ว่ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปสู่การขยายผลในวงกว้างมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่ารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบและสามารถสังเคราะห์เป็น 3M-Pluses Model ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องมือเชิงกระบวนการสำเร็จรูปที่พร้อมใช้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น หรือผู้ประกอบการชุมชน ควรนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนภูมิปัญญาต่าง ๆ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าการประเมินผลโดยการทดลองใช้รูปแบบกับกลุ่มตัวอย่างและการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปผ้าทอมีความพึงพอใจต่อรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการหรือกลุ่มอาชีพอื่น ๆ แต่ควรมีการประเมินผลในมิติอื่นนอกจากความพึงพอใจ เช่น การประเมินในส่วนของความรู้ความเข้าใจ ความคิดสร้างสรรค์หรือศักยภาพที่เพิ่มขึ้นเมื่อผ่านการเข้าร่วมการใช้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ค้นพบรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์ที่ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตสามารถดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบจนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสามารถนำไปยื่นจดสิทธิบัตรผลงานการออกแบบ หรือประยุกต์ใช้กับกลุ่มผู้ผลิตรายอื่นได้ สำหรับในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาและพัฒนาารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอื่น เช่น ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ประเภทของใช้ของตกแต่งของที่ระลึก และเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ มาเป็นตัวแปร เช่น มาตรฐานเพื่อการส่งออกเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับที่สูงขึ้นไป

References

- Artitkawin, A., Intakhon, P., & Thongsuk, J. (2019). The added values of ceramic brand by developing packaging formats for competitive opportunities of small enterprises in wares, decorations, and souvenirs Lampang. *Graduate School Journal*, 12(1), 1–12.
https://so01.tci-thaijo.org/index.php/crrugds_ejournal/article/download/190178/133121/56075.
- Chaemchamrus, K., Erb-im, N., Phuanpoh., Y., & Sermchayut, R. (2022). Upgrading and increasing value of souvenir products of tourist attractions; Experience the charm of the old city life style, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management*, 6(3), 1585–1603.
- Kaewsritong, J. (2022). *Community product development*. Pibulsongkram Rajabhat University.
- Kaewsritong, J., Sornnoey, K., Intakan, W., & Siwnguan, K. (2019). *Development the community products from local wisdom knowledge of elderly using for commerce, Phitsanulok province*. Pibulsongkram Rajabhat University.
- Kaewsritong, J. (2018). *Model of arts and crafts activity for enhance the quality of life in the elderly*. [Doctoral dissertation, Naresuan University].
- Khaemmanee, T. (2005). *Multiple choice teaching styles* (3rd ed.). Chulalongkorn University.
- Nijaneat, C. (2017). Model development research in social sciences and education. *Suratthani Rajabhat Journal*, 4(2), 71–102.
- Nua-amnat, R., Brahmakappa, A., Punturian, S., & Soonthondachar, J. (2021). The development of knowledge and community components of “Smart Community” for community in Thai society. *Journal of Arts Management*, 5(3), 559–573.

- Panichphan, W. (2004). *Cloth and woven fabrics*. O.S. Printing House.
- Phirasant, J. (2022). *Miracle Phitsanulok*. Naresuan University.
- Phuangngam, K. (2019). *Community and local self-management* (2nd ed.). Thammasarn.
- Pokkrong, J., Cherdjerm, S., Jariyaratnagoon, J., Viramon, P., Kanponoi, N., & Senapa, C. (2022). The development of local products and contemporary arts as the souvenirs for the community-based tourism of the Khorum Sub-district, Uttaradit Province. *Journal of Asia Arts and Design*, 3(1), 26–41.
- Prommanee, P., Eamsaard, S., & Grasung, P. (2017). Guideline to construct and development model for public health operations for public health officer. *Journal of APHEIT*, 6(2), 128–135.
- Sikka, S., Suwanthada, P., Saengkongmee, D., & Saengkongmee, S. (2021). The development of the pa khao ma (Thai Loincloth) for community Ban Songo Pa Khao Ma producer group in order to meet market demands. *Journal of Art and Architecture Journal Naresuan University*, 12(2), 161–176.
- Tuekkhaow, P., Jamjuree, D., & Poonsuwan, S. (2021). Development of community-based learning model for promoting secondary school students' capability of creative use of cultural capital. *Journal of Arts Management*, 5(3), 718–732.
- Vantamay, N. (2018). *Sustainability Marketing*. Chulalongkorn University.
- Wanichakorn, A. (2017). *Local Product Design (OTOP)*. Chulalongkorn University.