

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งออก

กรณีศึกษา กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ จังหวัดสระแก้ว

Guidelines for the development of community products for export

Case study Thai silk Product of Baan Suksamran in Sa Kaeo Province

Received 12 November 2021

Revised 15 November 2022

Accepted 21 December 2021

อัจฉิมา ศุภจริยาวัตร

มหาวิทยาลัยบูรพา

Atchima Supachariyawat

Burapha University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและศักยภาพของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ และเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ ให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและเพิ่มโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศ โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัญหาและศักยภาพของผู้ผลิตเพื่อการต่อยอดทางการตลาดและการขายสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้วิธีการดำเนินงานวิจัยจึงเป็นแบบงานวิจัยเพื่อการพัฒนาได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้ ศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสรุปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการวิจัย กระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนและวิเคราะห์และสรุปผลทางสถิติเพื่อประเมินความพึงพอใจ ตามลำดับ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นและศึกษาความพึงพอใจหลังจากที่ได้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมทอมือโดยมีกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่ม/ชุมชนผู้ผลิตสินค้าประจำท้องถิ่นที่เข้าเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพจำนวน 34 กลุ่ม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเพื่อขยายตลาดสู่ลูกค้าต่างประเทศ พบว่าด้านการใช้งานและด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการใช้งานสินค้านี้มีรูปแบบสวยงามมีเอกลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นี้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และด้านการตอบสนองต่อความต้องการด้านการแต่งกายของลูกค้าชาวต่างชาตินั้นอยู่ในระดับสูงมาก โดยสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรได้รับการกำหนดให้เหมาะสมกับวิถีของชุมชน รวมทั้งการดำเนินธุรกิจวัฒนธรรมและศักยภาพเฉพาะตัวของวิสาหกิจชุมชนในแต่ละกลุ่ม

คำสำคัญ (Keywords): การพัฒนา; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; บรรจุภัณฑ์

Abstract

The objectives of this study to the problems and potential of community product manufacturers. Baan Suk Samran social enterprise and expanding the market and increasing sales volume of Thai handcraft silk. The research operation method is a research for development. The following procedures have been established: Study of relevant documents and research data. Conduct a summary of community enterprise groups with potential and readiness to participate in research projects. The process of adding value to community products and analyze and summarize the statistical results to assess satisfaction, respectively. The research instruments were a five-rating scale questionnaire and to study satisfaction after the development of Thai handcraft silk packaging. The sample group consisted of 34 groups of local product manufacturers/communities that met the potential criteria and 400 foreign tourists. The results that the satisfaction of foreign consumers towards the products of Baan Suk Samran social enterprise to expand the market to foreign customers found that in terms of use and marketing Overall, there was a high level of satisfaction. In terms of use, the product has a beautiful and unique design at the highest level. The newly designed packaging is very appropriate and the response to the dress requirements of foreign customers is very high. In conclusion, community product development guidelines should be formulated to suit the way of the community. Including business operations, culture and unique potential of community enterprises in each group.

Keywords : Development, community products, Packaging

บทนำ

จังหวัดสระแก้ว เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกที่มีปัญหาในการพัฒนาหลากหลายด้าน ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ การที่จังหวัดสระแก้วมีพื้นที่ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชาถือเป็น จุดแข็งทางเศรษฐกิจที่ประชาชนในพื้นที่สามารถใช้สร้างรายได้จากธุรกิจการค้าชายแดน ซึ่งถือเป็นเศรษฐกิจ สำคัญอันดับแรกของจังหวัดสระแก้ว ทั้งนี้การพึ่งพิงแต่เพียงรายได้จากการค้าชายแดนหรือภาคการเกษตรอาจ ยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ต้องการความยั่งยืนและมูลค่าที่เด่นชัด การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จึงเป็นอีกนโยบายสำคัญหนึ่งของรัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยที่ต้องการเพิ่มรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ชนบท อีกทั้งยังเป็นการต่อยอดองค์ความรู้พื้นฐานสร้างให้เกิดการรักถิ่นฐานบ้านเกิด ลดการย้ายถิ่นสู่พื้นที่เมืองและ การย้ายเข้ามาหางานในทำพื้นที่กรุงเทพมหานคร นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของภาครัฐและเอกชน แสดงผลออกมาอย่างเด่นชัดผ่านโครงการพัฒนา โครงการช่วยเหลือต่างจำนวนมาก ทั้งโครงการส่งเสริมการผลิตและการค้าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โครงการนวัตกรรมวิถี โครงการ

ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นต้น โครงการเหล่านี้ล้วนประสบผลสร้างความกินดีอยู่ดีให้กับชุมชนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาโครงการของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่พื้นที่ชนบทสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างเด่นชัดให้กับชุมชนจำนวนมาก แต่การพัฒนาที่ยั่งยืนและการสร้างรูปแบบการพัฒนาที่เน้นการพึ่งพาตัวเองในระยะยาวของชุมชนเหล่านั้นยังเป็นจุดอ่อนที่โครงการต่าง ๆ อาจยังไม่ได้ให้ความสำคัญภายใต้ข้อจำกัดของแต่ละโครงการ ทั้งนี้งานวิจัยเชิงพัฒนาชุมชนฉบับนี้เน้นการวิจัยเพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนและมุ่งเป้าให้กลุ่มสามารถพึ่งพาตัวเองได้ในระยะยาว เพื่อให้การพัฒนาในอนาคตสามารถต่อยอดให้ชุมชนและประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนักในการพึ่งพาตัวเองด้วยพื้นฐานความเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตนเองอย่างเข้มแข็ง

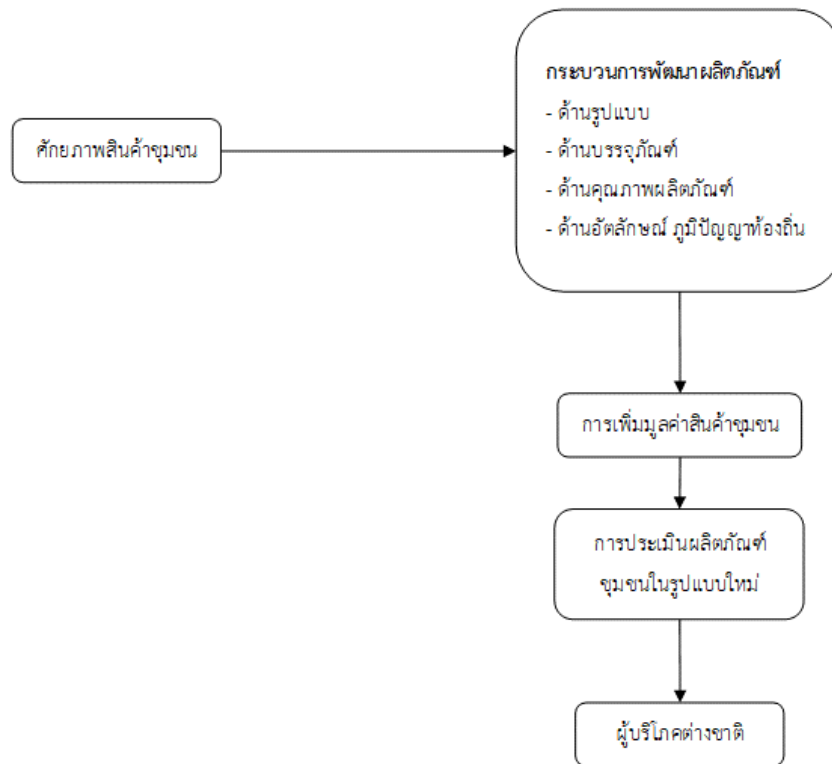
ด้วยเหตุนี้จากการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนจำนวนมากกว่าสี่สิบรายภายในจังหวัดสระแก้ว กลุ่มทอผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ จึงได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจและโอกาสความเป็นไปได้ในการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญมีสมาชิกจำนวนกว่า ๑๐ คน การรวมกลุ่มอยู่ในรูปแบบการผลิตตามครัวเรือนของสมาชิก โดยเน้นการผลิตสินค้าผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติตามคำสั่งซื้อเท่านั้น สาเหตุที่กลุ่มสมาชิกดำเนินการผลิตตามคำสั่งซื้อเนื่องมาจากปัจจัยหลัก ๒ ด้าน คือ ด้านต้นทุนการผลิตและด้านการตลาด ในด้านต้นทุนการผลิตนั้นสินค้าผ้าไหมของทางกลุ่มเป็นสินค้าจากธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์จึงมีต้นทุนที่แพงกว่าผ้าที่ใช้เทคนิคทางเคมีหรือเทคนิคการทอในรูปแบบอุตสาหกรรมอยู่มาก ด้านการขายและการตลาดทางกลุ่มมีข้อจำกัดอันเกิดจากต้นทุนการผลิตที่ทำให้ราคาขายค่อนข้างสูงดังนั้นสินค้าของทางกลุ่มจึงเป็นการขายสู่ลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูงอยู่มาก อีกทั้งข้อจำกัดด้านการตลาดที่ยังไม่มีการดำเนินกิจกรรมใดๆเพื่อประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมการขายเลยประเด็นที่น่าสนใจคือลูกค้าของกลุ่มบางส่วนเป็นชาวต่างชาติที่นิยมผ้าไหมได้มีการบอกต่อกันระหว่างผู้ซื้อ ดังนั้นหากการพัฒนาในงานวิจัยฉบับนี้จะมุ่งเป้าแต่เพียงการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนโดยขาดการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ก็ดูจะเป็นการวางกรอบการพัฒนาที่แคบและขาดการสะท้อนศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่ารูปแบบการพัฒนาทางการตลาดของงานวิจัยควรที่จะต้องรวบเอาโอกาสทางการตลาดสำหรับสินค้าในตลาดต่างประเทศเข้ามาด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าชุมชนและยังเป็นการพัฒนาสินค้าชุมชนที่พิจารณาถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดที่กว้างขึ้นกว่าตลาดภายในประเทศด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและศักยภาพของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ
2. เพื่อพัฒนากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและเพิ่มโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

สำหรับการศึกษานี้ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการศึกษจะเป็นการบูรณาการระหว่างองค์ความรู้ทางวิชาการกับการพัฒนาจริงด้วยการลงมือปฏิบัติของนักวิจัย ดังนั้นกรอบแนวคิดการวิจัยจึงสื่อออกมาในรูปแบบของกรอบแนวคิดทางวิชาการที่ผสมผสานวิธีการปฏิบัติด้านการพัฒนา ทั้งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาความต้องการของตลาดและศักยภาพของผู้ผลิตอันสะท้อนภาพที่แท้จริงของแนวทางการพัฒนาจากงานวิจัยนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บททวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ได้ริเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 และดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชนหรือ ตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่น มา พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาดสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้าน

ความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563)

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน องค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ ที่สูงขึ้นให้แก่ชุมชน โดยมีหลักการคิดที่สำคัญ คือ การสร้างความหลากหลายให้แก่ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน เพื่อให้เกิดการบริโภคกันภายในชุมชนแบบพึ่งพาตนเองอันเป็นการลดรายจ่ายให้แก่ครอบครัว ทั้งยังเป็นการสร้างเสริมสุขอนามัยที่ดีให้แก่ตนเอง และมีคุณธรรมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่ร่วมกันในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ในการสร้างกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวและไม่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมารวมมือกันผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาดโดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปันการช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ การช่วยเหลือกันของคนในชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2552) ผู้ที่ทำหน้าที่ในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชน เรียกว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งหมายถึงผู้ประกอบการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตรวมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2563)

จากการศึกษาของสมบุรณ์ ชันธิโชติ และชัชสรีย์ รอดยิม (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร พบว่าผู้ประกอบการ OTOP ขาดความรู้ความเข้าใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์ ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เครือข่าย OTOP ไม่เข้มแข็งขาดความร่วมมือของบุคคลในเครือข่าย ขาดเงินทุนในการดำเนินงานการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการร่วมกันจัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการกลุ่ม OTOP เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายและหน่วยงานต่างๆ ต้องมีการคัดเลือกสินค้าเด่นของกลุ่มเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของกลุ่มหรือเครือข่าย จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดนนทบุรีเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการปรึกษาหารือ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งในการจำหน่ายสินค้า ต้องสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักกับผู้บริโภค และแนวทางการพัฒนาส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจและปรับปรุงส่วนประสมการตลาดในด้านราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย ส่งผลให้เกิดสิ่งกระตุ้นและสิ่งดึงดูดใจ ต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดสงขลาเพิ่มมากขึ้น และหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ให้การสนับสนุนจัดอบรมโครงการให้ความรู้ในเรื่องส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ให้กับผู้ประกอบการ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ตอบสนอง

ความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดสิ่งกระตุ้นกับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้เป็นไปในทิศทางที่ดีและพัฒนาอย่างเหมาะสมต่อไป

3. แนวคิดการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน

การวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจสรุปตามวัตถุประสงค์ คือ การวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความเหมาะสม โดยคณะวิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ด้านคือ 1). ด้านศักยภาพ 2) ด้านปัญหาและอุปสรรค ในภาพรวมของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ตามหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) (ปาณเดชา ทองเลิศ, 2563)

1). ศักยภาพทางการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ภายในท้องถิ่นรวมถึงองค์ความรู้หรือต้นทุนทางวัฒนธรรมในการแปรรูปจากภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมดั้งเดิม ศักยภาพด้านการผลิต การแปรรูปวัตถุดิบก็ล้วนมีความสำคัญในการประเมินคุณสมบัติของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

2). ด้านปัญหาและอุปสรรค ถือเป็นปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตสินค้าชุมชน โดยปัญหาของชุมชนส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการขาดความร่วมมือกันภายในชุมชน การขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่สูงขึ้นที่จำเป็นและการขาดความเข้าใจถึงความสำคัญของธุรกิจตนเองต่อภาคสังคมภายในชุมชน ด้านอุปสรรคนั้นแนวคิดนี้เน้นอุปสรรคที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมภายนอก เช่นปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ทำให้ตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศชะงักงันอย่างมาก ปัญหาด้านการความพร้อมของกำลังแรงงานที่ส่งผลต่อการผลิตสินค้าชุมชน เป็นต้น

4. แนวคิดทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นกระบวนการที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกคนมักให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจเพื่อ สร้างความสามารถในการแข่งขัน การถือครองส่วนแบ่งทางการตลาด รวมทั้งการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการที่มีการจัดตั้งองค์กรทางธุรกิจมักจะมีหน่วยงานที่ดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง เช่น หน่วยวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นต้น โดยบุญราศม์ ปัญญาณี (2551) กล่าวว่า จากการศึกษาการดำเนินงานตามแนวทางพระราชดำริ ทรงมีกระแสพระราชดำรัสพระราชทานแนวทางในการพัฒนาในโอกาสต่าง ๆ มากมายนั้นสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย การพัฒนาต้องตั้งอยู่บนฐานเดิมของสังคม การพัฒนาต้องอยู่บนหลักของภูมิสังคม การพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในขณะที่ สรรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม (2548) กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาว่า การพัฒนาสู่ความยั่งยืนเป็น เรื่องที่สำคัญอย่างมาก ซึ่งการพัฒนาสำคัญคือ การพัฒนาคนให้มีคุณภาพประสิทธิภาพ คุณธรรม มีความรู้มีสุขภาพดีและการพัฒนาที่ต้องควบคู่กันกับการดูแลสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมที่ดีเอื้อต่อคุณภาพชีวิตที่ดีมีการดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้เกิดสิ่งปนเปื้อนไป นอกจากนี้ คอตเลอร์ (Kotler, 2008) ได้กล่าวถึงแนวคิดหลักทางด้านการตลาดในประเด็น เกี่ยวกับแนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ว่า ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคาและ ในขณะเดียวกันผู้ผลิตเองก็เน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

5. แนวคิดการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ประชิด ทิณบุตร (2531) กล่าวว่า การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรงขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา และการขนส่ง นอกจากนี้รูปทรงของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ยังเป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ Thackston et al. (n.d.) ได้กล่าวว่า โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกใหม่ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาดจะสามารถดึงดูดใจผู้บริโภค และสามารถแข่งขันได้ในตลาด และรูปทรงของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ก็ยังช่วยโฆษณาสินค้าได้ ภายในตัวเอง โดยสามารถสรุปลักษณะของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้ 1) มีประสิทธิภาพในการปกป้องรักษาไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพและเสียหาย 2) มีขนาดและรูปแบบที่มีความสะดวกในการพกพาจัดเก็บ และวางจำหน่าย 3) เปิดบริโภคและจัดเก็บส่วนที่เหลือได้สะดวก

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นั้นเริ่มตั้งแต่การออกแบบสัญลักษณ์หรือโลโก้ ซึ่งมีขั้นตอนให้พิจารณา ดังนี้ 1) สามารถใช้เป็นตราประจำบริษัทหรือสินค้าได้ 2) ประกอบด้วยสีเดียวหรือหลายสีได้ 3) แสดงลักษณะด้วยตัวอักษรหรือรูปภาพ 4) สัมผัสเห็นด้วยตา และ 5) มีความสัมพันธ์กับการตลาด จากนั้นจะเป็นขั้นตอนของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) มีรูปแบบที่สวยงามโดดเด่นสะดุดตาต่างจากคู่แข่ง 2) มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าจากแหล่งอื่น 3) คุ้มค่าและน่าทดลองใช้ 4) มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วนและชัดเจน และ 5) มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ต่างๆ ระบุไว้บนฉลาก (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541)

6. กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจในผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาดตามที่ สักชี แสนสุภา (2545) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

6.1 ด้านการใช้งาน

- 1) มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าภายใน
- 2) อำนวยความสะดวกในการนำพาการจัดเก็บวางขายสะดวกมอบเป็นของฝากได้โดยไม่ต้องนำมาห่อซ้ำเมื่อวางโชว์แล้วมีความดึงดูดน่าสนใจ
- 3) เปิดบริโภคและเก็บสินค้าส่วนที่เหลือได้สะดวก

6.2 ด้านการตลาด

- 1) คุ้มค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
- 2) สร้างความทรงจำน่าประทับใจ
- 3) สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างเด่นชัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้นำเสนอข้างต้น ทั้งนี้ขั้นตอนการวิจัยประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ เพื่อให้ได้ความรู้และข้อมูลพื้นฐานการส่งออกผลิตภัณฑ์ชุมชนออกสู่ตลาดต่างประเทศ สอบถามและขอข้อมูลการกลุ่มสินค้าชุมชนในจังหวัดสระแก้วกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน หน่วยงานที่มีกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาสินค้าชุมชน และหน่วยงานภาคเอกชนที่ทำงานการพัฒนาชุมชน จากนั้นสร้างแนวความคิดและกำหนดกรอบการศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปของสินค้าชุมชนเพื่อประเมินศักยภาพเบื้องต้นตามแนวคิดการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเมินศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดที่ได้ข้อมูลมาซึ่งในขั้นสุดท้ายมี 3 กลุ่มวิสาหกิจที่ได้รับการประเมินศักยภาพและความต้องการเข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้ โดยเป็นวิสาหกิจในอำเภออรัญประเทศจำนวน 1 กลุ่มและวิสาหกิจในอำเภอเขาฉกรรจ์จำนวน 2 กลุ่มจากนั้นผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลภาคสนามในสถานประกอบการจริงดังรูปที่ 2



ภาพที่ 2 การเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการสรุปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการวิจัยคือ กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ ตำบลเขาสามสิบ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว ทั้งนี้ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่อีกครั้งเพื่อสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มทุกท่านจำนวน 8 คน แล้วได้ดำเนินการตามกรอบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ด้านที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบ ทางผู้วิจัยได้ส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบผ้าไหมทอมือของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ โดยการนำเสนอรูปแบบสินค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น การออกแบบการนำสินค้าผ้าไหมไปแปรสภาพเป็นสินค้าแบบต่าง ๆ ทั้งผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ หรือแปรสภาพเป็นสินค้าที่ระลึกแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ เมื่อกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญได้ดำเนินการผลิตผ้าพันคอออกขาย ได้รับความนิยมนจากผู้ซื้อเป็นอย่างมากมียอดการสั่งจองและยอดขายเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในลำดับถัดไปคือการพัฒนารูปแบบให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุน้อยลง ซึ่งผู้วิจัยได้มีการแนะนำเบื้องต้นโดยใช้กรณีศึกษา สินค้าตัวอย่างและรูปแบบการ

ขายการตลาดสินค้ากลุ่มวัยเริ่มต้นทำงานนำเสนอเพื่อให้ทางกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเกิดแนวความคิดการพัฒนาที่เหมาะสมต่อสภาพการผลิตของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ

2. ด้านบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญดำเนินการอย่างเป็นระบบผ่านกระบวนการการศึกษาอย่างรอบด้านทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ข้อจำกัดการผลิต และความเหมาะสมต่อการทำการตลาดและต้นทุน ทั้งนี้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้ยึดหลักการตามกรอบแนวคิดการศึกษาความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ในขั้นตอนสุดท้ายบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญมีความเหมาะสมทั้งด้านการใช้งาน และการนำไปใช้ในกิจกรรมทางการตลาดทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ดังรูปภาพที่ 3



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ

3. ด้านคุณภาพสินค้า สำหรับด้านนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับประธานกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญในการพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกมาได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านการย้อมและคุณภาพของไหม ทั้งนี้โดยได้รับความร่วมมือจากกรมหม่อนไหมและเกษตรจังหวัดสระแก้วในการให้คำแนะนำการพัฒนาคุณภาพไหม การเก็บรักษาและการคงสภาพไหมในระยะยาว ซึ่งในท้ายที่สุดกระบวนการการย้อมสีด้วยสีธรรมชาติได้รับการทดลองโดยสมาชิกในกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ ทั้งนี้คุณภาพการย้อมสีธรรมชาติยังคงเป็นปัญหาหลักสำหรับการใช้สีประเภทนี้อยู่อันเนื่องมาจากภัยทางด้านความทนทานของสี ปัญหาด้านวัตถุดิบและปัญหาด้านการรักษาสภาพไหมในระยะยาวเมื่อดำเนินการทอออกมาเป็นผืนแล้ว ทั้งนี้การย้อมสีให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นยังคงเป็นสิ่งท้าทายสำหรับการพัฒนาคุณภาพสินค้าของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญต่อไป ทั้งนี้สำหรับคุณภาพด้านการทอและการขึ้นลายภาพกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญด้วยประสบการณ์การผลิตของสมาชิกที่ดำเนินการมาหลายปี ได้มีการแนะนำเทคนิคเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทำให้คุณภาพการทอและการขึ้นลายภาพในรูปแบบใหม่ประสบผลสำเร็จจนสามารถนำไปเสนอต่อสาธารณะในงานแสดงสินค้าได้และยังได้รับการตอบรับจากผู้พบเห็นเป็นอย่างดี

4. ด้านอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญได้มีการพัฒนารูปแบบ สีและขนาดของผ้าตามที่ได้รับผลสรุปความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย ทั้งนี้การนำอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของจังหวัดมาใช้เป็นลายผ้าได้รับการยอมรับแต่เพียงวงไม่กว้างมากนักโดยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมาย (n=378)

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ความชัดเจนของลายผ้า	4.65	0.87
ความหมายจากการสื่อสารในลายผ้า	5.01	1.02
การสะท้อนอัตลักษณ์จังหวัด	5.12	1.11
ความโดดเด่นของลายผ้า	4.33	0.92
ความทันสมัยของลายผ้า	4.45	0.98
ความทันสมัยของสีผ้า	3.10	1.22
ความพึงพอใจโดยรวม	3.21	1.34

จากผลสำรวจพบว่าความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปลักษณะของสินค้าผ้าไหมของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยเพียง 3.21 (สำรวจระดับความคิดเห็นตั้งแต่ 1-7) ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำ ด้วยเหตุผลของสินค้าตัวอย่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้เห็นนั้นเป็นผ้าทอลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดสระแก้วคือลายรวงข้าวและลายผีเสื้อ กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจสามารถเข้าใจถึงความหมายของลายผ้า(5.01) และยังสามารถบ่งบอกได้ถึงอัตลักษณ์ของจังหวัด (5.12)ได้เป็นอย่างดี แต่เมื่อประมวลภาพรวมแล้วการสื่อถึงอัตลักษณ์เฉพาะมากจนเกินไปอาจทำให้ตลาดเป้าหมายแคลงจนเป็นการจำกัดวงของกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในการซื้อสินค้าประเภทนี้ ยังมีผลสรุปที่น่าสนใจในแง่ของอัตลักษณ์อีกด้านหนึ่งที่แสดงให้เห็นจากค่าเฉลี่ยของการสำรวจกล่าวคือ การมีลายผ้าที่สื่อสารชัดเจนถึงอัตลักษณ์ชุมชน(4.65) หากมองอีกด้านกลุ่มเป้าหมายตั้งข้อสังเกตว่าสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้เพราะเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าชุมชนที่สามารถบ่งบอกถึงแหล่งผลิต สถานที่ผลิตอันเป็นเอกลักษณ์ได้

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน เมื่อสินค้าผ้าไหมของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ตลอดการพัฒนาและวิจัยแล้วนั้น รูปลักษณะ บรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบโดยรวมได้รับการเพิ่มมูลค่าตามขั้นตอนกระบวนการที่กำหนดไว้ ในส่วนนี้การเพิ่มมูลค่าโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายและการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยนำเสนอและทดลองใช้กับสินค้าของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ ทั้งนี้การเพิ่มมูลค่าโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่อยู่ในกลุ่มตลาดระดับบนหรือกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ได้รับการเลือกมาใช้ในขั้นตอนนี้โดยการเน้นการออกงานแสดงสินค้าที่ไม่เพียงแต่เป็นงานระดับจังหวัดเท่านั้นแต่เน้นให้กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญร่วมงานแสดงสินค้าในระดับประเทศเท่านั้น การมอบผ้าไหมทอมือให้แก่ผู้บริหารจังหวัด นักการเมืองระดับประเทศ ยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทาง

นักวิจัยและกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญใช้ในการสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าระดับบน การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในลำดับท้ายที่สุดที่ได้ดำเนินการ การเพิ่มมูลค่าในขั้นตอนนี้เน้นการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับสภาพการประกอบธุรกิจของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญด้วย ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยคือการสร้างและพัฒนาสินค้าชุมชนให้มีความยั่งยืนทั้งในแง่ของการผลิตและการขาย ดังนั้นหากมีการใช้วิธีการทางการตลาดที่กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญโดยสมาชิกทั้งหมดไม่มีความเชี่ยวชาญหรือขัดต่อวิธีการทำงานประกอบธุรกิจของกลุ่มทางผู้วิจัยจะหลีกเลี่ยงกลยุทธ์หรือวิธีการพัฒนาในรูปแบบนั้นทันที

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์และสรุปผลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำข้อมูลมาอภิปรายผล โดยเป็นการนำเสนอผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเพื่อกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติพิจารณา

ผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเพื่อทำการตลาดในต่างประเทศ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญพบว่า ในการผลิตสินค้านั้นจะต้องมีการคัดเลือกพันธุ์ไหมที่มีคุณภาพ การแปรรูปเส้นไหม การย้อมสี และการขึ้นลายผ้าที่ใช้เฉพาะผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินการทั้งสิ้น ทั้งนี้อาจเกิดข้อปัญหาต่างๆตามที่ได้สรุปจากการสัมภาษณ์ดังประเด็นต่อไปนี้

ปัญหาด้านการสืบทอดฝีมือการผลิตผ้าไหมทอมือ ด้วยข้อจำกัดของกลุ่มสมาชิกผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญที่มีแต่เพียงสมาชิกสูงอายุที่มีความชำนาญเป็นอย่างมาก ซึ่งยังไม่มีกลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาสืบสานขั้นตอนกระบวนการผลิตจึงอาจทำให้เกิดการขาดช่วงหรือขาดการสานต่อภูมิปัญญา โดยในท้ายที่สุดอาจทำให้วิสาหกิจชุมชนนี้ไม่สามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืนศักยภาพที่มีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญได้รับการยอมรับทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศและยังถูกใจกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติจำนวนมาก ซึ่งลูกหลานของสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเริ่มเข้ามาให้ความสนใจ แต่จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและผู้อาวุโสกล่าวตรงกันว่ายังคงต้องใช้ระยะเวลาอีกมากพอสมควรในการพัฒนาสมาชิกรุ่นใหม่ให้มีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะความเชี่ยวชาญด้านการผลิตการทอ

ปัญหาด้านความเอาใจจริงเอาใจจากภาครัฐยังคงส่งผลด้านลบต่อการพัฒนาความยั่งยืนของสินค้าชุมชนทั้งนี้กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญตระหนักถึงขีดความสามารถของกลุ่มตนเป็นอย่างดีในการพัฒนาทั้งในแง่การตลาดระดับสูง การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มคุณภาพการผลิตและการต่อยอดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การเป็นสินค้าในระดับเลิศ ถือเป็นปัญหาหลักที่ทุกคนภายในกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญคำนึงถึงเพราะทุกครั้งที่มีความตั้งใจในการพัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงสินค้าของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ มักพบกับปัญหาและ

อุปสรรคเสมอ โดยการร้องขอความร่วมมือช่วยเหลืออย่างขาดความจริงจังในการให้ความร่วมมือจากภาครัฐในทุกระดับ สมาชิกบางท่านได้กล่าวถึงการร้องขอความช่วยเหลือในประเด็นด้านความรู้การย้อมสีผ้าจากหน่วยงานบางหน่วยที่ปัจจุบันก็ยังไม่มีการให้ความช่วยเหลือกลับมา สมาชิกอาวุโสท่านหนึ่งกล่าวถึงการร้องของบประมาณจากภาครัฐที่ทางกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญตระหนักดีว่าเป็นไปได้ยากและทางกลุ่มก็ไม่มีความต้องการ หากแต่ทุกภาคส่วนมีความเอาใจจริงเอาใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญสมาชิกเกือบทั้งหมดเห็นตรงกันที่จะเตรียมความพร้อมของกลุ่มตนเพื่อให้ชุมชนโดยรอบยกระดับเศรษฐกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นผลการวิจัยได้แสดงผลออกมาในรูปแบบสินค้าที่จับต้องได้ตามรูปภาพที่แสดงให้เห็นแล้ว โดยลักษณะเด่นชัดของบรรจุภัณฑ์ใหม่คือมีตราโลโก้ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญติดอยู่ด้านหน้าอย่างชัดเจน อันเป็นการออกแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชนด้วยลักษณะและสีที่กลุ่มสมาชิกได้เลือกสรรและใช้งานกันมานานหลายปี ด้านหลังของบรรจุภัณฑ์ติดฉลากที่ระบุถึงสถานที่ผลิต การติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตอย่างชัดเจน

2. ด้านปัญหา อุปสรรค แนวทางและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

แนวทางและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของชุมชนสามารถสรุปแนวทางและรูปแบบด้านการพัฒนาศักยภาพ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ควรส่งเสริมและพัฒนาด้านการมีส่วนร่วม และการทำงานร่วมกันของวิสาหกิจชุมชนกับชุมชน อันสอดคล้องกับ ญัตตินันธ สุวรรณวงศ์ (2556) ที่กล่าวไว้ การมองเป้าหมายร่วมกันเพื่อเป็นการสร้างความชัดเจนของหลักการ เป้าหมาย และแนวทางปฏิบัติ ดังนั้นกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญจึงจำเป็นต้องจัดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวแทนชุมชนให้มีการพบปะกันเป็นประจำ โดยประกอบไปด้วยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ ตัวแทนชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุยปัญหา อุปสรรค เพื่อเสนอแนะ แนวทางในการแก้ไขปัญหาและนำเสนอความคิดเห็นในเชิงการพัฒนาาร่วมกัน

2.2 ด้านการดำเนินการ ควรส่งเสริมให้ วิสาหกิจชุมชน ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำ แผนพัฒนาศักยภาพร่วมกัน ซึ่งถือเป็นการสร้างเครือข่ายในการดำเนินการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญยังคงขาดความเข้มแข็งในประเด็นนี้เป็นอย่างยิ่ง

2.3 มีการติดตามและประเมินผลควรส่งเสริม ให้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชน โดยให้วิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ ความโปร่งใสของการบริหารงาน โดยมีการกำหนด ระยะเวลาหรือช่วงเวลาในการติดตามและประเมินผลที่ ชัดเจนและเหมาะสมต้องมีการรายงานผลการติดตาม และประเมินผลให้ทราบเพื่อปรับปรุงและแก้ไข ในส่วนที่บกพร่องอันนำไปสู่ประโยชน์สูงสุด

2.4 ส่งเสริมหรือจัดกระบวนการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพสินค้า เช่น ความรู้การตลาด ความรู้ด้านบัญชี ความรู้ทางด้านกระบวนการ ผลิตและการบรรจุภัณฑ์ รวมถึงมีการศึกษาดูงานพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกรับมาใช้ในชุมชนของตนเอง ทั้งนี้กิจกรรมส่งเสริมเหล่านี้ยังเป็นการลดจุดอ่อนของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญได้เป็นอย่างดี

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคต่างชาติที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ

รายการประเมินความพึงพอใจ	n = 72		ระดับความพอใจ
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ด้านการใช้งาน			
1.1 มีรูปแบบสีสันทสวยงาม มีเอกลักษณ์	4.67	0.50	มากที่สุด
1.2 มีความสะดวกในการพกพา จัดเก็บ และวางจำหน่าย	4.34	0.43	มาก
1.3 ตอบสนองด้านการแต่งกายได้เป็นอย่างดี	4.12	0.61	มาก
ผลรวมด้านการใช้งาน	4.38	0.51	มาก
2. ด้านการตลาด			
2.1 เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์	4.63	0.45	มากที่สุด
2.2 สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ	4.55	0.53	มากที่สุด
2.3 สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน	4.24	0.41	มาก
ผลรวมด้านการตลาด	4.47	0.46	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเพื่อขยายตลาดสู่ลูกค้าต่างประเทศ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการใช้งานและด้านการตลาด โดยด้านการใช้งานสินค้ามีรูปแบบสวยงามมีเอกลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.67, S.D. = 0.50) เนื่องจาก กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ของความเป็นวัฒนธรรมไทยสูงมาก ในด้านความสะดวกต่อการพกพา การจัดเก็บและการวางจำหน่ายนั้น บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นี้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.34, S.D. = 0.43) เนื่องจากวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์มีคุณสมบัติปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสะดวกต่อการเปิดและเก็บเพื่อบรรจุใส่ในกระเป๋าเดินทางกลับประเทศของตนได้อย่างสะดวกเป็นอย่างยิ่ง และด้านการตอบสนองต่อความต้องการด้านการแต่งกายของลูกค้าชาวต่างชาตินั้นก็ยังคงอยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12, S.D. = 0.61) เพราะลูกค้าชาวต่างชาติเห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของผ้าไหมทอมือโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติ 100% ยิ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญได้เป็นอย่างดี สิ่งที่น่าสนใจคือกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติมีความชื่นชอบสีสันทของผ้าไหมที่ย้อมจากสีธรรมชาติเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสีที่ไม่สตกจนเกินไปและแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบจากธรรมชาติที่

สะท้อนออกมาทางสีสันของผ้าไหมอย่างชัดเจนอีกด้วย ดังนั้นผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวต่างชาติโดยรวมจึงอยู่ในระดับความพึงพอใจสูง(ค่าเฉลี่ย = 4.38, S.D. = 0.51)

ผลการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าชาวต่างชาติด้านการตลาด แสดงให้เห็นว่าสินค้าผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญในบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้วมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.62, S.D. = 0.45) ทั้งนี้กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติได้รับทราบข้อมูลของบรรจุภัณฑ์เดิมก่อนการพัฒนาเพื่อการเปรียบเทียบและการประเมินความพึงพอใจได้อย่างถูกต้องแม่นยำที่สุดสำหรับด้านการสร้างความทรงจำและน่าประทับใจนั้น กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติประเมินระดับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.55, S.D. = 0.53) ในประเด็นนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากไม่เคยมีประสบการณ์การใช้งานผ้าไหมทอมือที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติเลย อีกทั้งสีสันและลวดลายยังสื่อสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน ดังนั้นลูกค้าชาวต่างชาติจึงค่อนข้างมีความประทับใจในผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเป็นอย่างดี โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามหลายคนพยายามที่จะติดต่อซื้อสินค้าตัวอย่างตลอดการทำแบบสอบถาม สำหรับประเด็นสุดท้ายด้านการใช้งานที่บรรจุภัณฑ์สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจนนั้น กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติประเมินความพึงพอใจในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.24, S.D. = 0.41) เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าเป็นวัสดุพลาสติกกึ่งใส กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเห็นสีและลวดลายของผ้าไหมทอมือได้อย่างชัดเจน อันเป็นการช่วยให้กลุ่มลูกค้าเกิดการตัดสินใจในการซื้อได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งลูกค้ายังสามารถเลือกซื้อโดยการเปรียบเทียบสีและลายของผ้าไหมได้อย่างง่ายดายจากบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงสินค้าที่อยู่ภายในได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการตลาดโดยรวมชี้ให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อสินค้าและบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.47, S.D. = 0.46) ดังสะท้อนได้จากผลตอบรับทางการตลาดที่มีกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากพยายามติดต่อซื้อสินค้านี้ดังกล่าวจากผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการสำรวจ การพัฒนาและการวิจัยทั้งหมดดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเพื่อทำการตลาดในตลาดต่างประเทศสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และช่องทาง การจัดจำหน่าย ตลอดจนทั้งพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชนอันคำนึงถึงความยั่งยืนในการพัฒนาธุรกิจ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนออกสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้บริบทของการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญยังเป็นกรณีศึกษาที่ดีสำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากพบว่าปัจจัยที่สำคัญด้านบุคลากรของกลุ่มวิสาหกิจผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญมีความพร้อมต่อการพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมาตรฐานและคุณภาพสินค้าผ้าไหมที่ดี แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งจากการขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ การเอาใจจริงเอาใจต่อการพัฒนาในภาคส่วนต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการสร้างความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ ปัญหาเฉพาะสำหรับกลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญในเรื่องการสืบทอดภูมิปัญญาสู่ลูกหลานยังเป็นปัจจัยหลักอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้รูปแบบการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมไม่สามารถดำเนินการต่อไปในระยะยาวได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงสรุปผลการวิจัยฉบับนี้ว่ารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรได้รับการกำหนดให้เหมาะสมกับวิถีของชุมชน รูปแบบการดำเนินธุรกิจวัฒนธรรมและศักยภาพเฉพาะตัวของวิสาหกิจชุมชนในแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้การกำหนดรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้มาตรฐานเดียวในการวางกรอบการพัฒนาถือเป็นความผิดพลาดเป็นอย่างยิ่งและอาจนำไปสู่การพัฒนาที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่สามารถสร้างความยั่งยืนได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคหรือบริโภคแต่ละกลุ่มย่อมมีลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์อันเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาทั้งสิ้นดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า รูปแบบการพัฒนาสินค้าชุมชนที่ดีควรที่จะคำนึงถึงปัจจัยเฉพาะด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านศักยภาพของสมาชิกซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดความยั่งยืนต่อไป.

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไปที่อาจนำเทคนิคด้านการออกแบบรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนรูปแบบอื่นมาเป็นแม่บทในการทดสอบการพัฒนาที่เหมาะสมตามวิถีชุมชนและศักยภาพส่วนบุคคล อีกทั้งงานวิจัยในครั้งต่อไปยังสามารถนำตัวแปรต่างๆทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากงานวิจัยฉบับนี้ไปดำเนินการทดสอบเพื่อยืนยันสมมติฐานได้อีกด้วย ทั้งนี้งานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรได้รับการพัฒนารูปแบบการวิจัยอย่างต่อเนื่องเพราะงานวิจัยในรูปแบบดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสร้างประโยชน์ด้านวิชาการเท่านั้นแต่ยังสามารถสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจฐานรากอันเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศให้แข็งแกร่งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐนันท์ สุวรรณวงค์ . (2556). กระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชนต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและกลุ่มอาชีพ: กรณีศึกษา โครงการสายใยรักแห่งครอบครัวฯ บ้านนาดี-สร้างบง ตำบลผาสุก อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการศรีปทุม*. 11(2), 37-44.
- บุญราศม์ ปัญญาณี. (2551). การพัฒนาศักยภาพผู้นำเพื่อสร้างกระบวนการสนธิใหม่ในการพัฒนาชุมชนพื้นที่โครงการพระราชดำริหมู่บ้านสหกรณ์สันกำแพง กิ่งอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- ปาณเดชา ทองเลิศ . (2563). SWOT Analysis, สืบค้น 11 กันยายน 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/430423>.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: แพคเมทส์.
- สมบูรณ์ ชันธิโชติ และชัชสรีย์ รอดยิ้ม. (2558). การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 10(1), 120 - 130.
- สรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม. (2548). *การวางแผนการพัฒนาประเทศ*. เชียงใหม่: เอกสารประกอบการบรรยาย วิชา พก 511 สาขาการพัฒนากฎิสังคมอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- ศักดิ์ แสนสุภา. (2545). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าสินค้า*. อุตสาหกรรมสารวารสารการบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : ส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2563). *ลักษณะวิสาหกิจชุมชน*. สืบค้น 21 มีนาคม 2563, จาก <http://www.sceb.doae.go.th/sceb09102015.html>.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2563). *โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)*. สืบค้น 21 มีนาคม 2563, จาก <http://cep.cdd.go.th/>.
- เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันทร์หงส์. (2548). *ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :กรมส่งเสริมการเกษตร.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V. and Saunders, J. (2008). *Principles of Marketing*, 5th European Edition: Pearsons Education Limited.
- Thackston, K., Galvarino, J., Ouzts, A., & Pham, A. (n.d.) *Consumer Purchasing Based on Packaging Structural Design/Product Visual Display in a Retail Environment*. Retrieved May 2, 2020.