

บทควมวิจัย

วันที่รับบทความ:

12 กันยายน 2566

วันแก้ไขบทความ:

29 ธันวาคม 2566

วันตอบรับบทความ:

12 มกราคม 2567

ธนวัฒน์ เลขาพันธ์^{1*} อารีนา อีสามะ¹ พรสวรรค์ จันทรสุข¹ มณฑนรร์ วัฒนกุล²
และ ทิพย์สุตา จันทรเกื้อ³

¹คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

³คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: thanawat.l@rmutsv.ac.th



บทคัดย่อ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน ตำบลสะทอน อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา จำหน่ายผลิตภัณฑ์กระเป๋า ผ้าพันคอ และผ้าเช็ดหน้า จากผ้ามัดย้อม ที่มีจุดเด่นด้านกรรมวิธีการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติจากดินลูกรัง เปลือกมังคุด ใบมะม่วง และใบเพกา แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มียอดความรู้ด้านการพัฒนาตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ งานวิจัยนี้จึงออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้ามัดย้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยกระบวนการดังนี้ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่ากลุ่มเป้าหมายคือ ลูกค้าที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 2 ชนิด คือ เข็มกลัดตุ๊กตาแนวคิดชายหาด 1 ชุด 4 รูปแบบ และผลิตภัณฑ์โคมไฟตกแต่งบ้าน 1 ชุด 2 รูปแบบ และ 3) การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควนมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเรื่องราวของวัตถุดิบจากธรรมชาติในพื้นที่ คือ ผลิตภัณฑ์เข็มกลัดตุ๊กตาแนวคิดชายหาด จำหน่ายในราคาชิ้นละ 89-99 บาท และผลิตภัณฑ์โคมไฟตกแต่งบ้าน จำหน่ายในราคาชิ้นละ 399-499 บาท เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มร้อยละ 60 ให้กับผ้ามัดย้อม 1 ผืน กลุ่มวิสาหกิจมีความเข้าใจและมีความรู้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม และกลุ่มวิสาหกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น 4,950 บาท จากการทดลองจำหน่ายต้นแบบผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ:

จังหวัดสงขลา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผ้ามัดย้อม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม

ของที่ระลึก

Research Article

Received:

12 September 2023

Received in revised form:

29 December 2023

Accepted:

12 January 2024

Thanawat Laykhaphun^{1,*}, Areena Esamah¹, Pornsawan junsuk¹,
Monthanan Wattanakul² and Thipayasuda Junker³

¹Faculty of Architecture, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

²Faculty of Industrial Education and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

³Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand

*Corresponding author's E-mail: thanawat.l@rmutsv.ac.th



Abstract

Ban Hua Kuan Tie-Dye Art Community Enterprise Group, located in Saton sub-district, Nathawi district, Songkhla province, specializes in selling bags, scarves, and handkerchiefs made from tie-dye fabric. Their unique process involves dyeing fabric with natural dyes extracted from laterite soil, mangosteen peels, mango leaves, and pega leaves. Despite their innovative dyeing techniques, the community lacks the knowledge to create new patterns and product formats. This research aims to design and develop new products using tie-dyed fabric to increase their value. The process involved 1) analyzing potential and identifying target customers, focusing on those who prefer natural products, 2) creating added value by designing two types of souvenir products, i.e., a set of four beach-themed doll brooches and a set of two home decoration lamps, and 3) producing product prototypes. As a result, the Ban Hua Kuan Tie-Dye Art Community Enterprise Group has successfully introduced new products that showcase the natural ingredients used in their dyeing process. The beach-themed doll brooches are priced at 89–99 Baht (less than 3 USD) each, while the home decoration lamps are priced at 399–499 Baht (11.04–13.81 USD) per piece, adding a 60 percent value to the original tie-dye fabric. This initiative has not only equipped the enterprise group with the skills and knowledge to design and develop new products, but also increased their income by 4,950 Baht (around 137 USD) from testing the sale of product prototypes.

Keywords:

Songkhla province
Community enterprise group
Tie-dye fabric
Value addition
Souvenirs

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน ตำบล สะท้อน อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยสมาชิกกลุ่ม จำนวน 20 คน ในช่วงแรกสมาชิกกลุ่มมีองค์ความรู้ด้านการผลิต บาติกและได้พัฒนาต่อยอดเป็นการผลิตผ้ามัดย้อม โดยใช้การมัด ซึ่งเป็นเทคนิคพื้นฐานของการผลิตผ้ามัดย้อม จึงทำให้ลวดลาย ผ้ามัดย้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีความโดดเด่น เป็นลวดลาย ที่มีจำหน่ายโดยทั่วไปในท้องตลาด แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีจุดเด่น ด้านกรรมวิธีการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ดังภาพที่ 1 (Figure 1) โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ดังนี้ สีจากดินลูกรัง สีจากเปลือกมังคุด สีจากใบมะม่วง และสีจากใบเพกา ดังภาพที่ 2 (Figure 2)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาต่อยอดผ้ามัดย้อมเป็น ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทต่าง ๆ โดยมีกลุ่มลูกค้าคือประชาชน ในพื้นที่ตำบลสะท้อน นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังเปิดเป็นพื้นที่ แหล่งเรียนรู้ด้านการทำผ้ามัดย้อมของชุมชน โดยมีหน่วยงานภาครัฐ

และภาคเอกชนต่าง ๆ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา กระทรวงอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เข้าเยี่ยมชมและประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับเชิญเป็นวิทยากรการผลิตผ้า มัดย้อมให้กับสถานศึกษาระดับประถมศึกษาในพื้นที่ตำบลสะท้อน และพื้นที่ใกล้เคียง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ณ ที่ตั้งของกลุ่ม ภายใต้ตราสินค้า ชุมฉ่ำ ดังภาพที่ 3 (Figure 3) และมีราคาจำหน่าย ดังตารางที่ 1 (Table 1)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน ใช้กรรมวิธี การหมักย้อมในการผลิตผ้ามัดย้อม ทำให้ผ้ามัดย้อมสีส้มโอรมี ความโดดเด่นจากพื้นที่อื่น เนื่องจากมีสีสด ไม่เป็นด่าง และผลิต โดยใช้โคลนเป็นวัตถุดิบ ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการซื้อสีย้อมผ้า โดย นำดินลูกรังที่แตกบนผิวหน้าดินมาละลายน้ำเพื่อล้างเอาเศษ กรวดทรายออก กรองดินโดยประมาณ 10 ครั้ง เพื่อให้ได้เนื้อดินที่ ละเอียดมากที่สุด นำน้ำดินที่ได้ไปผสมน้ำเพื่อเตรียมย้อม ใส่ผ้าพอ ประมาณให้ท่วมดินลูกรังที่เตรียมไว้ นำผ้าไปย้อมน้ำสีดิน โดยขยำ



Figure 1 Tie dye process of Baan Hua Kuan tie-dye art group

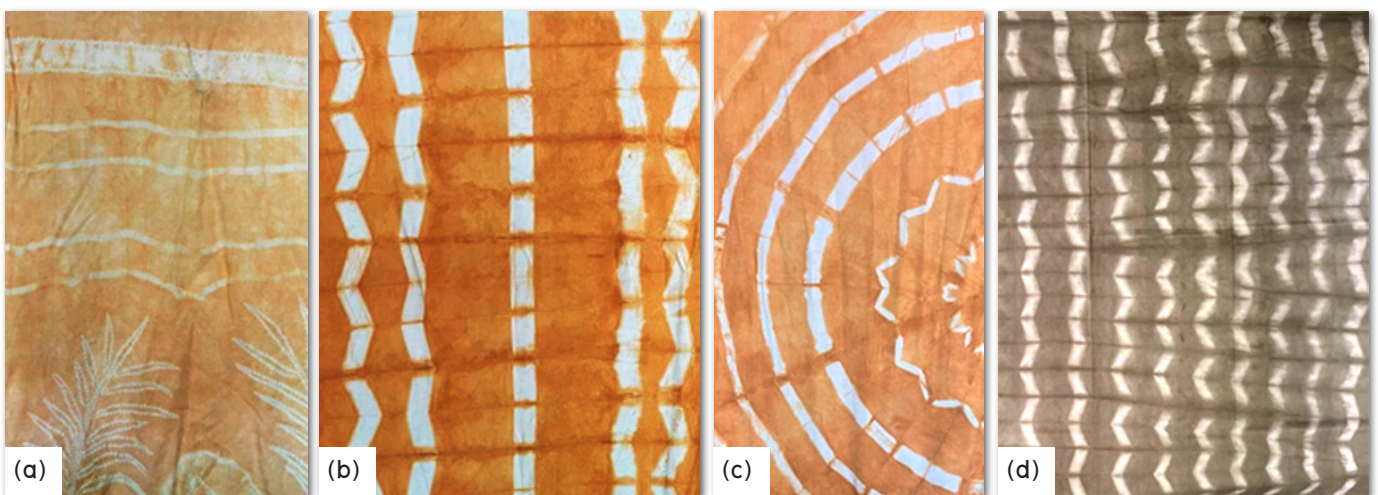


Figure 2 Unique fabric patterns from Baan Hua Kuan tie-dye art group using colors from; a) Mango leaves, b) Mangosteen peel, c) Soil, and d) Pega leave



Figure 3 Baan Hua Kuan tie-dye art group products; a) Scarf and cotton t-shirt, b) Tie-dye cloth, c) Shop, and d) Logo

Table 1 Product and price of Baan Hua Kuan tie-dye art group products

Products	Image	Price	Cost
Tie-dye cloth (2 yards)		350 Baht/yard	250 Baht/yard
Cotton t-shirt		250 Baht/item	180 Baht/item
Scarf (2 yards)		450 Baht/item	180 Baht/item
Scarf (1 yard)		280 Baht/item	200 Baht/item
Cloth bag		150 Baht/item	90 Baht/item

พลิกไปมาให้ทั่ว ใช้เวลา 10 นาที ปิดให้หมด แล้วนำลงไปย้อมในน้ำสารส้ม เพื่อฟอกสีให้ติดทนและมีสีสด ซึ่งใช้เวลา 5 นาที ปิดผ้าให้หมด และล้างด้วยน้ำจนสะอาด นำผ้าใส่ถุงพลาสติกแล้วแช่ตู้เย็นไว้ 24 ชั่วโมง เพื่อให้สีซึมเข้าไปในเนื้อผ้า นำออกจากตู้เย็น และแช่ผ้าในน้ำสะอาด เพื่อไม่ให้ผ้าแข็งตัว ล้างทำความสะอาดผ้าที่ย้อม และนำไปตากให้แห้ง โดยในกระบวนการทำมัตย้อมของทางกลุ่มใช้เวลา 3 ชั่วโมงต่อวัน และผลิตได้ 6 หลา/วัน

ผลิตภัณฑ์ผ้ามัตย้อมจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัตย้อมบ้านหัวควนได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการ เนื่องจากมีกระบวนการผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ไม่มีสารเคมีอันตรายปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และในปัจจุบันทุกจังหวัดในประเทศไทยมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนและข้าราชการสวมใส่ผ้าไทยและผ้าพื้นเมืองตามความเหมาะสมของท้องถิ่นอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน ตามมาตรการส่งเสริมสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2563 โดยกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาศาณการณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการกำหนดแนวทางการพัฒนา ด้วยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชน เพื่อให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้ทราบปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 2 (Table 2) เพื่อให้ นักออกแบบเข้าใจต้นทุนในชุมชน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและสนับสนุนความยั่งยืนของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ทราบถึงทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนและมีส่วนสำคัญในกระบวนการผลิต และเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงและมีอยู่ในท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนฐานการผลิตในชุมชน

การวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามความเหมาะสมเนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกจำนวนน้อย และมีความสามารถและศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันไม่สูงมาก ดังนั้นจึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม เน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศและช่องทางออนไลน์ที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติทุกเพศ ทุกวัย มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ผ้ามัตย้อมตั้งแต่วิธีการย้อม วัสดุทางธรรมชาติและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีกำลังซื้อ โดยพิจารณาการซื้อผลิตภัณฑ์จากคุณภาพ ราคา วิธีการ และมองเห็นคุณค่าในผลิตภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้ามัตย้อม เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจำหน่ายในตลาด การทดสอบความต้องการของผู้บริโภคโดยการสำรวจเนื้อหาเกี่ยวกับความต้องการของที่ระลึกและความพึงพอใจในการใช้งาน เพื่อนำข้อมูลมาออกแบบและสร้างแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้ามัตย้อม ผ่านแนวคิดในการสร้างสรรค์

Table 2 SWOT analysis of Ban Hua Kuan Tie-Dye Art Community Enterprise Group

S-Strength	W-Weakness
1. The community group is strong. The group leader has knowledge and experience in fabric work, natural color extraction and seeking new knowledge to develop the group. 2. The dye extraction technique using cold fermentation is unique. 3. Raw materials are locally available in mangosteen orchards and laterite soil. 4. The group is registered as a community enterprise with support from government and private agencies.	1. Products are made exclusively by elderly people. 2. The brand is not well known. 3. Marketing channels are lacking. 4. Production process and development of new products are absent.
O-Opportunity	T- Threat
1. The community group receives support from government agencies. 2. Products are in demand in foreign markets. 3. Natural products are increasingly popular. 4. Lecturers disseminate knowledge about tie-dye fabric to educational institutions in the area and nearby.	1. There are tie-dyed fabric products with similar styles. 2. Support and promotion of wearing tie-dye fabric are needed. 3. Problems with group's member 4. Complication in sewing 5. Current products are not in line with the market.

ผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การสำรวจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีเหตุผลที่สำคัญ คือ ช่วยให้เกิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมถึงเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้และเป็นที่จดจำ สร้างความยั่งยืนและสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงติดตามและประเมินความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง จากผลการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม โดยใช้แบบสำรวจจำนวน 200 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคสนใจผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม 3 กลุ่ม ดังภาพที่ 4 (Figure 4)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดย้อมใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นกระบวนการที่ชุมชนหรือกลุ่มคนท้องถิ่นใช้เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตอบสนองตามความต้องการและความพึงพอใจของชุมชน การสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบของที่ระลึกให้เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีประเด็นสำคัญคือ 1) เอกลักษณะลวดลายที่เหมือนกัน ซ้ำกัน และลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต 2) เอกลักษณะการย้อมสีธรรมชาติ 3) ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นประเภทของสะสม เช่น เข็มกลัดตุ๊กตา และของประดับตกแต่ง เพื่อให้ตอบโต้กับความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ทั้งลูกค้าภายในประเทศและช่องทางออนไลน์ รวมถึงการประเมินและคัดเลือกแบบที่เหมาะสมเพื่อให้สมาชิกสามารถผลิตได้ในชุมชน ซึ่งแนวคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของผ้ามัดย้อมบ้านหัวควนโดยนักออกแบบ ดังตารางที่ 3 (Table 3) โดยมีกลยุทธ์

หลักด้านผลิตภัณฑ์คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเดิม ซึ่งได้แก่ โคมไฟ ซึ่งเป็นของตกแต่งบ้าน

นักออกแบบประยุกต์ลวดลายและรูปแบบ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน และคงเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยแนวคิดในการออกแบบมีการผสมผสานด้านทุนทางปัญญา คือ ฐานความรู้ในวัฒนธรรมและนำไปต่อยอดทักษะทางความคิด และทุนทางวัฒนธรรมซึ่งแฝงอยู่ในการย้อมผ้า การใช้เทคนิคการมัดย้อมที่เป็นองค์ความรู้เฉพาะ รวมถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในการมัดย้อมและด้านทักษะ คือความชำนาญที่เกิดจากการทำซ้ำจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญและความเข้าใจที่ถูกต้อง จนเกิดการเรียนรู้ที่นำไปสู่การพัฒนาแบบและพัฒนาทักษะด้านการสร้างสรรค์รูปแบบลวดลาย และประเภทของผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์

การออกแบบและการพัฒนาลวดลายผ้ามัดย้อม มีการสร้างต้นแบบและการสร้างลวดลายลงบนผ้า ซึ่งมาจากการบวนการทดลองโดยใช้เทคนิคชิโบริ โดยการสร้างและออกแบบลวดลายที่แสดงออกถึงพื้นที่เขตร้อนชื้น ประกอบด้วย ผืนป่า และทะเล ดังภาพที่ 5 (Figure 5) ดังนี้ ลวดลายของพันธุ์ไม้ในบริบทพื้นที่ตำบลสะท้อน ได้แก่ ต้นมะพร้าว ต้นยางพารา รวมถึงการถอดลวดลายจากเส้นสายของทะเล ทำให้มีลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 3 การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีการประเมินและคัดเลือกแบบร่างของผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากสมาชิกสามารถผลิตได้ และมีการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะและ

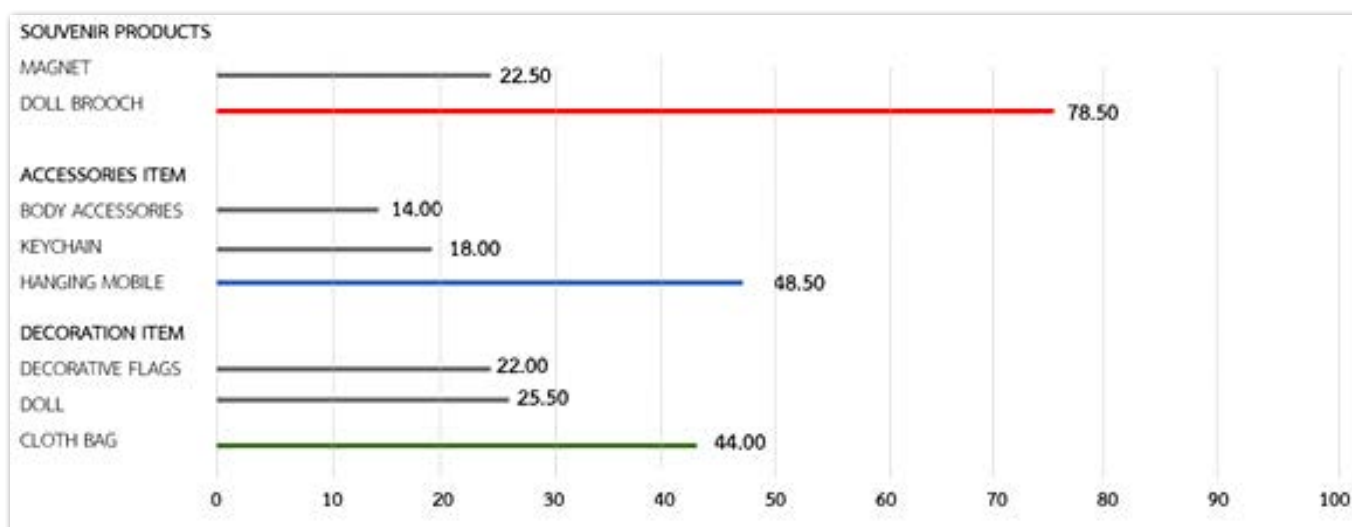


Figure 4 Consumer survey of souvenir product

Table 3 Survey of new product type

Products	Target customer group
Clothing product	
Tie-dye fabric (Shibori technique)	– Thai tourists / Foreign tourists @ Andaman sea – Business type hotel and souvenir shop
Tie-dye fabric	– Customers aged 25–35 years
Home Textile	
Beach furniture (Chair / Beach chair / Beach towel)	– Customers aged 25–35 years
Home decorate	– Thai tourists / Foreign tourists @ Andaman sea – Business type hotel and souvenir shop
Kitchen items (Apron / Pot holder / Place mat)	
Souvenir	
Hanging mobile	– Customers aged 25–35 years – Business type hotel and souvenir shop
Body accessories (Hair clip / Hair ties / Brooch)	– Customers aged 25–35 years

ตามทักษะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พัฒนารูปแบบตามแนวโน้มของการตลาด ดังนี้ ผลิตภัณฑ์เข็มกลัดตุ๊กตาแนวคิดชายหาด 1 ชุด 4 รูปแบบ ดังภาพที่ 6–8 (Figure 6–8) และโคมไฟ 1 ชุด 2 รูปแบบ ดังภาพที่ 9–10 (Figure 9–10)

จากการประเมินศักยภาพในการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่าผลิตภัณฑ์เข็มกลัดตุ๊กตาแนวคิดชายหาดและโคมไฟ ไม่มีความซับซ้อน กระบวนการผลิตไม่ยุ่งยาก

และต้นทุนการผลิตไม่สูงมาก กลุ่มสามารถผลิตได้เอง การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และตั้งราคาลิ้นค้าต้นแบบแต่ละประเภท คำนวณจากวัตถุดิบและค่าแรง และตั้งราคาขายโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านกลยุทธ์ด้านราคา และกำหนดโครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับค่าดำเนินการต่าง ๆ เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าวัสดุ และการตัดเย็บ เพื่อสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง รวมถึงพิจารณาถึงวัสดุที่ไม่สามารถผลิตได้เอง เช่น เข็มกลัด พวงกุญแจ ด้ามไม้ เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์

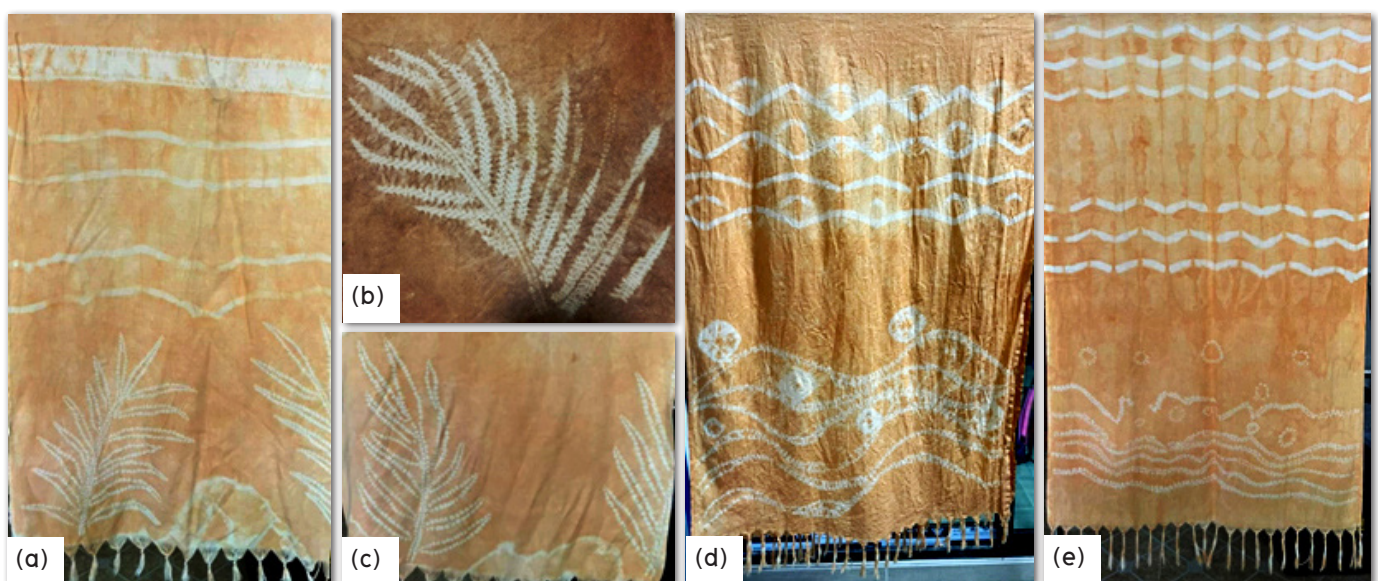


Figure 5 Shibori patterns expressing spatial identity; a) Forest pattern, b) Coconut tree forest pattern, c) Rubber tree forest pattern, d) Sea pattern, and e) Sea pattern

เข็มกลัดตุ๊กตาแนวคิตชายหาดและโคมโไฟ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้ามัดย้อม ร้อยละ 60 ต่อผืน

การส่งเสริมทักษะการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมบ้านหัวควน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้การอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่วิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน มีดังนี้ นวัตกรรมการผลิตผ้ามัดย้อม นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และเทคนิคการใช้อุปกรณ์ในการสร้างลวดลาย รวมถึงการย้อมสีธรรมชาติที่ใช้เทคนิคชิโบริ ซึ่งเป็นการสร้างลวดลายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากใช้สีธรรมชาติและเทคนิคการผลิตที่ลดการปล่อยมลพิษ นอกจากนี้การใช้เทคนิคชิโบริยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดผลผลิตที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและศิลปะให้กับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมด้วยลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือการใช้เชือกมัดเพื่อการทำลวดลายลงบนผ้า เป็นการกันสีไม่ให้ซึมผ่านลงไปในลายผ้า (การสอยผ้า) ซึ่งผลลัพธ์หลังการย้อมผ้าแต่ละผืนจะแตกต่างกัน ทำให้มีคุณค่าและเสน่ห์ที่ไม่ซ้ำกันด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถประยุกต์ในบริบทของตนเอง เพื่อนำไปต่อยอดการผลิตและแปรรูปสินค้า และต่อยอดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบอื่น ๆ



Figure 6 Beach concept doll brooch souvenir product series

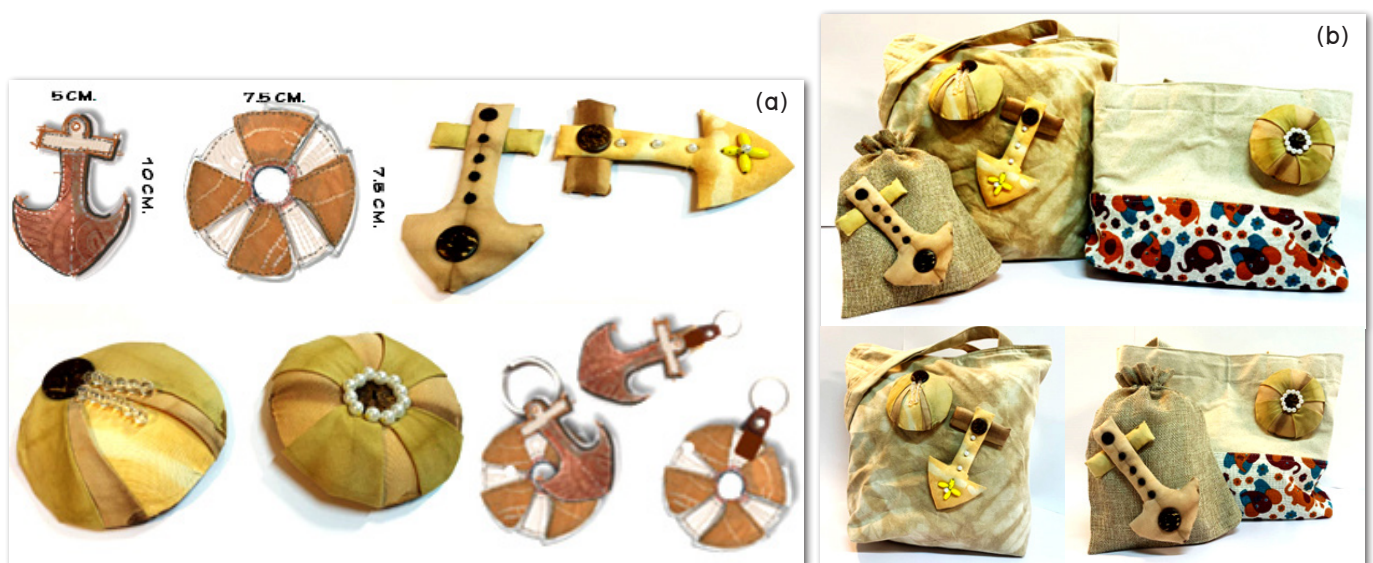


Figure 7 a) Beach concept doll brooch souvenir product series O1 and b) Guidelines for use

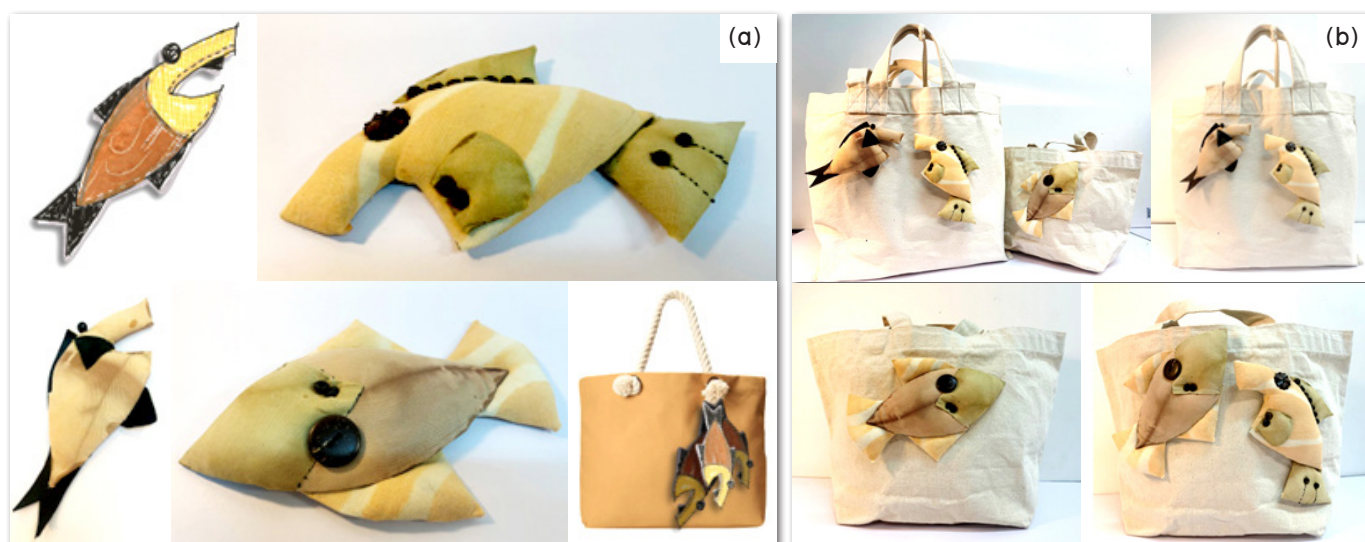


Figure 8 a) Beach concept doll brooch souvenir product series 02 and b) Guidelines for use



Figure 9 a) Home decoration products series 01 and b) Guidelines for use



Figure 10 a) Home decoration products series 02 and b) Guidelines for use

ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการแนะแนวทางการพัฒนาแนวความคิด และให้ความรู้เกี่ยวกับเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับทิศทางความต้องการด้านรูปแบบสินค้าที่จะเป็นแนวโน้มในอนาคตและส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์

การแนะแนวทางช่องทางในการจำหน่าย ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าใจและมองเห็นศักยภาพในการจัดจำหน่ายของที่ระลึก ช่วยให้บุคคลที่มีหน้าที่จัดจำหน่ายสามารถเข้าใจลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มากขึ้น รวมถึงช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวหากมีการเปลี่ยนแปลงของตลาดหรือความต้องการของลูกค้า เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและมีความสามัคคีในการทำงาน

การผลิตผลิตภัณฑ์เซมกัลดึงตุกตาแนวคิดชายหาด ใช้ผ้า 1 หลา ราคา 350 บาท สามารถผลิตได้ 5-6 ตัว ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซมกัลดึงตุกตาแนวคิดชายหาด 89-99 บาท โดยมีราคาต้นทุนในการผลิตตัวละ 40 บาท มีกำไรต่อตัว ตัวละ 49 บาท โดยประมาณ ทำให้ผ้ามัดย้อม 1 หลา มีมูลค่าในการตัดแปลงผลิตภัณฑ์ใหม่และจำหน่ายเป็นหลาละ 450-600 บาท โดยประมาณ

การผลิตโคมไฟแบบที่ 1 ใช้ผ้า 1 หลา ราคา 350 บาท สามารถผลิตได้ 2 ชิ้น ราคาจำหน่ายโคมไฟแบบที่ 1 ราคา 499 บาท โดยมีราคาต้นทุนในการผลิตตัวละ 300 บาท มีกำไรชิ้นละ 199 บาท โดยประมาณ ทำให้ผ้ามัดย้อม 1 หลา มีมูลค่าในการตัดแปลงและจำหน่ายเป็นหลาละ 1,000 บาท โดยประมาณ และการผลิตโคมไฟแบบที่ 2 ใช้ผ้า 1 หลา ราคา 350 บาท สามารถผลิตได้จำนวน 3 ชิ้น ราคาจำหน่ายโคมไฟแบบที่ 2 ราคา 399 บาท โดยมีราคาต้นทุนในการผลิตตัวละ 250 บาท มีกำไรชิ้นละ 149 บาท โดยประมาณ ทำให้ผ้ามัดย้อม 1 หลา มีมูลค่าในการตัดแปลงและจำหน่ายเป็นหลาละ 1,200 บาท โดยประมาณ

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT (Promnakon, 2023) เป็นเครื่องมือสำหรับค้นหาศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม และทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น รวมถึงแนวโน้มจากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะเห็นในด้านต่าง ๆ เช่น จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมบ้านหัวควน สิ่งใดจะนำพาให้ประสบผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายได้ หรือจุดอ่อนใดของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมบ้านหัวควนเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการดำเนินการแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์และเป็นที่ต้องการ รวมถึงโอกาสใดของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมบ้านหัวควนที่จะสามารถทำให้อยู่ในตลาดสินค้าได้อย่างยาวนาน และอุปสรรคใดของผลิตภัณฑ์

ผ้ามัดย้อมบ้านหัวควนที่เป็นสิ่งขัดขวางความสำเร็จ ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นการกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาในทางที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ได้ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การวิจัยที่มีการบูรณาการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ และการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเข้าด้วยกัน (Sathaporn et al., 2021) เป็นกระบวนการที่ผู้ถูกวิจัยหรือคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในงานวิจัยของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การระบุปัญหาของการดำเนินการ การให้ข้อมูลหรือวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนหาวิธีแก้ไข ซึ่งทางกลุ่มได้ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยได้กำหนดปัญหาและหาแนวทางการแก้ไข โดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน จากนั้นจึงร่วมกันวางแผนเพื่อหาแนวทางการแก้ไข เก็บรวบรวมข้อมูลวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คัดเลือกต้นแบบ รวมไปถึงการต่อยอดในกระบวนการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ทำให้มีผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่หรือทำให้ผลิตภัณฑ์เดิมดีขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมสินค้า ซึ่งเป็นพื้นฐานของความอยู่รอดของกลุ่ม ผลของการพัฒนาและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ คือผลิตภัณฑ์ใหม่ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เดิม มีผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นเป็นกระบวนการคิด ค้นคว้า ออกแบบ แก้ไขและปรับปรุง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ และผลิตภัณฑ์เลียนแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และอัตลักษณ์ของชุมชนด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มีในธรรมชาติของท้องถิ่น และมีความโดดเด่นและดึงดูดที่ชัดเจนต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Prachit, 1987) เช่น สีธรรมชาติจากพืช โดยนำมาผ่านกรรมวิธีจากความชำนาญและส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้มีคุณภาพ โดยการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ SWOT และส่วนประสมทางตลาด ในการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่พึงพอใจต่อผู้ซื้อ นอกจากนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าที่ผลิตด้วยวัสดุธรรมชาติ ทำให้ผลิตภัณฑ์ถูกสร้างขึ้นตามทักษะของกลุ่ม โดยไม่ต้องใช้กระบวนการและเทคนิคที่แตกต่างไปจากเดิมมากนัก (Promnakon, 2023)

การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วม (Jedeeyod, 2022) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นให้มีความเหมาะสมกับศักยภาพในการผลิตของกลุ่มผู้ผลิต และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อเป็นหลัก ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสของทั้งสองกลุ่มในการร่วมกันพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มี

ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบ ลวดลาย สอดคล้องกัน เป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะชุมชนในพื้นที่ นักวิจัยในท้องถิ่น และเป็นแรงผลักดันเพื่อการต่อยอดที่ยั่งยืน และไม่นำสิ่งแปลกปลอมที่ไม่สอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเข้าไปใช้เกินความจำเป็น สำหรับการปฏิบัติที่นำไปสู่ชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนต่อไปนั้น ควรเป็นหน้าที่ของคนรุ่นใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นกระบวนการการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงต้องมีแนวคิดที่หลากหลายที่ต้องนำมาพิจารณาร่วมกันกับกลุ่มทั้งวิสาหกิจ ผู้ผลิต และกลุ่มเป้าหมาย

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน ได้รับถ่ายทอดองค์ความรู้การอบรมเชิงปฏิบัติการ ผลการประเมินความพึงพอใจหลังการถ่ายทอดพบว่า มีความรู้ด้านการพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น เกิดการพัฒนาทักษะในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้วยตนเอง มีการเรียนรู้และพัฒนาที่มีความแตกต่างกัน เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงานที่มีมุมมองใหม่หลังจากได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ สามารถดัดแปลงรูปแบบทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้จุดแข็งของกลุ่มในการสร้างให้เกิดเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไปในทิศทางเดียวกัน มีความสวยงามและสร้างมูลค่าเพิ่ม มีความโดดเด่นแตกต่างออกไปจากผลิตภัณฑ์เดิม เป็นตัวเลือกใหม่ให้กับกลุ่มผู้บริโภคใหม่เพื่อการใช้สอยในชีวิตประจำวัน และตระหนักถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในชุมชน

การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผ้ามัดย้อมบ้านหัวควนได้จากเดิมร้อยละ 60 กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์เดิมกัลต์ตุ๊กตาแนวคิดชายหาด 4,950 บาท ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – มิถุนายน พ.ศ. 2566 (ต้นทุน 2,500 บาท โดยประมาณ ราคาขาย 89 – 99 บาท/ชิ้น ขายได้ 50 ชิ้น = 4,950 บาท) สินค้าเป็นที่ต้องการในตลาด สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ซื้อยุคใหม่ได้ โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ยังแสดงออกถึงลวดลาย เอกลักษณ์ของกลุ่ม และเพิ่มมูลค่าให้กับผ้ามัดย้อมจากผ้าชิ้นแบบหลา

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

ผลกระทบด้านทักษะและศักยภาพวิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน สามารถต่อยอดในการสร้างมูลค่า และการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและกลุ่ม อีกทั้ง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีองค์ความรู้และดัดแปลงแนวคิด มีทัศนคติในการออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากจุดแข็งและองค์ความรู้ของกลุ่ม เพื่อยกระดับในทุกประเด็น และเกิดการสืบทอดโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะต่อไป โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เสริมกัลต์ตุ๊กตาในแนวคิดอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ลักษณะทางกายภาพของชุมชนที่มีป่าไม้และภูเขาเป็นแนวคิดในการออกแบบ หรือการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านรูปแบบอื่น ๆ เช่น หมอน ของใช้บนโต๊ะอาหาร ที่มีการประยุกต์ใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เช่น โคลนและใบมั่งคุด ทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่ม และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ วิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจจากการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมผ่านจุดแข็งของกลุ่ม โดยการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างรายได้ และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคและความนิยมของตลาดในปัจจุบัน มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมรูปแบบอื่นที่มีในกลุ่มได้ และสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีความโดดเด่นจากวัตถุดิบจากธรรมชาติในชุมชน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เข้ามาในพื้นที่ และเป็นการประชาสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ ในจังหวัดสงขลา

ผลกระทบด้านสังคม วิสาหกิจชุมชนศิลปะมัดย้อมบ้านหัวควน มีความเข้มแข็งและเห็นคุณค่าของทรัพยากรจากธรรมชาติที่มีในชุมชน โดยกลุ่มและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของจุดแข็งและภูมิปัญญา รู้จักคุณค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น โดยการใช่วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ โคลน และใบมั่งคุด ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ประโยชน์จากท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างรายได้และต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น มีมาตรฐานมากขึ้น เป็นที่ยอมรับมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างเป็นระบบมากขึ้นด้วยการบริหารจัดการภายในกลุ่ม รู้เท่าทันการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์หากเกิดอุปสรรคในการดำเนินงาน อีกทั้งใช้หลักการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วม โดยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันคิดและให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนา สร้างมูลค่าการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และศักยภาพของกลุ่ม ภายใต้การดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในการพัฒนาต่อยอด การใช้หลักการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วม จะช่วยเพิ่มความสามารถในการปรับเปลี่ยนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกองทุนวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และ นวัตกรรม (ววน.) โดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนา

พื้นที่ (บพท.) ประจำปี 2565 กรอบชุมชนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา อย่างยั่งยืน (เลขที่รับสัญญาเงินทุน A13F650069-01) ภายใต้แผน งานวิจัย “การพัฒนาชุมชนระดับตำบลแบบมีส่วนร่วมด้วย เทคโนโลยีพร้อมใช้เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่จังหวัด สงขลา”

References

- Jedeeyod, P. (2022). Design and development of bags from woven fabrics for Muang Chaem Group, Chiang Mai province. *Area Based Development Research Journal*, 14(4), 343–359. (in Thai).
- Prachit, T. (1987). *Graphic design*. Bangkok: O.S. Printing House.
- Promnakon, K. (2023). Developing and enhancing the potential of product standards of Nam Prik Mae Nang Bang Sai Community Enterprise Group, Chang Yai subdistrict, Phra Nakhon Si Ayutthaya province. *Area Based Development Research Journal*, 15(2), 117–134. (in Thai).
- Sathaporn, C., Tonkhundum, P., Tippaya, T., Linma, T., Rodjaroen, S., & Theerachun, S. (2021). Value co-creation process of Tonnamtapi Handmade Community Enterprise by art and design activities with community participation. *Area Based Development Research Journal*, 13(5), 257–372. (in Thai).