

# การพัฒนาผ้าขาวม้าสำหรับกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนภาคอีสาน เพื่อให้สอดคล้อง กับความต้องการของตลาด

ศักดิ์ชาย สิกขา<sup>1\*</sup> ประทับใจ สุวรรณธาดา<sup>2</sup> ดารา แสงกองมี<sup>3</sup> และ สมพร แสงกองมี<sup>4</sup>

The development of the pa khao ma (Thai Loincloth) for community Ban Songo

Pa Khao Ma producer group in order to meet market demands

Sakchai Sikka<sup>1\*</sup>, Prathabjai Suwanthada<sup>2</sup>, Dara Saengkongmee<sup>3</sup> and Somporn Saengkongmee<sup>4</sup>

<sup>1-2</sup> คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>1-2</sup> Faculty of Fine and Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University

<sup>3-4</sup> ผู้แทนกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ ตำบลหอคำ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ

<sup>3-4</sup> Representatives of the Ban Songo Pa Khao Ma Producer Group, Ho Kham Sub-District, Mueang District, Bueng Kan Province

\* Corresponding authors. E-mail address: sakchaiubu@hotmail.com, papassuwan66@hotmail.com

received: May 3, 2021

revised: September 10, 2021

accepted: October 12, 2021

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาและวิเคราะห์บริบทในความต้องการ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาของผู้ประกอบการ และเพื่อค้นคว้า ทดลอง ออกแบบและพัฒนาผ้าขาวม้าชุมชนบ้านสะง้อให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ ตำบลหอคำ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบัน ปัญหาของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้ามี 4 ประการ คือ 1. ผ้าขาวม้าแบบดั้งเดิมมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก 2. ค่าตอบแทนในการผลิตค่อนข้างต่ำ 3. ผู้ผลิตมีจำนวนลดน้อยลงทุกปี เนื่องจากผลตอบแทนไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในครัวเรือน 4. สินค้าขาดการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาด สำหรับสิ่งที่กลุ่มผู้ผลิตต้องการคือ การยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น มีโทนสีที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงแบบใหม่ให้เหมาะสมกับการใช้งานของคนในวิถีสังคมใหม่ ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงได้ค้นคว้าและทดลองพัฒนากระบวนการผลิตผ้าขาวม้าให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดยิ่งขึ้น โดยได้พัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งมีข้อค้นพบ คือ 1.เทคนิคการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ โดยปรับเปลี่ยนการย้อมสีเคมีเส้นฝ้ายเป็นย้อมสีธรรมชาติ ใช้วัตถุดิบให้สีที่ทำได้ง่ายในท้องถิ่น 2. การออกแบบลายผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่ โดยต่อยอดจากทักษะในการผลิตลายผ้าแบบเดิมและเพิ่มเติมลายใหม่ที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และออกแบบจัดวางลายใหม่ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมในการนำไปแปรรูป ทำให้เกิดลายผ้ารูปแบบใหม่ ซึ่งได้มีการทดสอบตลาด ผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 รูปแบบกับผู้บริโภคจำนวน 21 ราย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.33) นอกจากนั้นยังเห็นว่า มีความพึงพอใจในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.52) ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความเหมาะสมเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิต ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.52) ซึ่งได้มีการนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้นในทุกด้าน 3) การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยได้มีการนำผ้าที่พัฒนามาแปรรูปเป็นสินค้าเข้าสู่ตลาดหลายรายการ เช่น ผ้าพันคอ ผาคลุมไหล่ เสื้อและกางเกง บุรุษ-สตรี และชุดลำลองที่เหมาะสมสำหรับคนในวิถีสังคมใหม่ควบคู่กับการสร้างแบรนด์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำรูปแบบและเอกลักษณ์ของสินค้า ทั้งนี้ จากการติดตามผลการพัฒนาและให้คำแนะนำปรึกษาเพิ่มเติม พบว่า หลังการปรับปรุงและพัฒนา 3 ปี คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2561- 2563 ได้มีกิจกรรมการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ ส่งผลให้ผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ เป็นผ้าที่มีชื่อเสียงในระดับจังหวัดและระดับประเทศ มีการพัฒนาผ้าขาวม้าลายใหม่เพิ่มเติม ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นยังได้รับเชิญเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับจังหวัดและระดับประเทศอย่างต่อเนื่อง ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และตีพิมพ์ลงในหนังสือต่างๆ หลายเล่ม

**คำสำคัญ :** อีสาน การตลาด ผ้าขาวม้า

## ABSTRACT

The aims of the investigation were 1. to study and Analyze the Context in needs, problems and Development opportunities of operators; 2. to research, test, design and develop of the *pa khao ma* (loincloth) to meet quality demands of the market. The research sample was identified through purposive sampling as the Ban Songo *Pa Khao Ma* Producer Group, Ho Kham Sub-District, Mueang District, Bueng Kan Province. The results revealed four problems with the current conditions of *pa khao ma* loincloth manufacture: 1. there are high levels of competition in the market for traditional *pa khao ma*; 2. prices are relatively low; 3. the number of producers is declining each year as the monetary rewards are insufficient for household upkeep; and 4. there is limited product development to meet changing market demands. It was found that manufacturers want to enhance product quality by working with color schemes that correspond to the needs of the customer and by adjusting the products to take new forms that suit new uses in society. Therefore, the researchers developed a process for producing *pa khao ma* of increased quality that is more in line with market demands. This was achieved by developing techniques for natural dyeing, namely: 1. developing raw material quality by changing chemical dyeing to natural dyeing and using ingredients that are readily available in the local area as raw materials for coloring; and 2. developing new pattern designs for *pa khao ma* by building on the production skills reflected in traditional fabrics and adding new patterns that are in line with modern consumer needs. Furthermore, the researchers designed new layouts, taking into account the suitability for further processing. This resulted in three new fabric patterns that were tested in the market with 21 consumers. All three new *pa khao ma* satisfied consumers to a 'good' level ( $\bar{x} = 4.33$ ), were found to be useful ( $\bar{x} = 4.52$ ) and were made from suitable materials ( $\bar{x} = 4.52$ ). Feedback from these tests were used to further develop the product production process. The developed fabric was then processed as several different types of product for the market, including scarves, shawls, shirts, trousers and casual wear suitable for people in modern society. Simultaneously, the brand was developed so that consumers would recognize the style and uniqueness of the product. From following up on the development results and providing additional advice and consultation, it was found that after the improvement and development in the years 2018-2020, there were promotion activities from various agencies. These resulted in the Ban Songo *Pa Khao Ma* becoming a famous fabric in the province and at the national level. The producers developed new *pa khao ma* patterns and received a lot of attention from consumers. In addition, the producer group has been continuously invited to exhibitions at provincial and national levels and has had work published online and in many books.

**Keywords:** Isan, Marketing, Pa Khao Ma

## บทนำ

จากกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของประเทศไทยว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งร่างยุทธศาสตร์ดังกล่าวภาครัฐได้กำหนดกรอบแนวทางการพัฒนา ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์หลัก โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันนั้น ได้ให้ความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสาขาการผลิต เพื่อมุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทย จากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle-income country) ไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (High-income country) โดยมีเป้าหมายการเป็นประเทศศูนย์กลางด้านการผลิต การค้า และการลงทุน ในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียน บนพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สำนักงานกรัฐมนตรี, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ: ออนไลน์) และในขณะเดียวกันทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่สำคัญประการหนึ่งในการยกระดับประเทศด้วยการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มีการขยายตลาดด้วยการสร้างความเข้มแข็งด้านตราสินค้าและช่องทางการตลาดที่เป็นของตนเองมากขึ้น และนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (สำนักงานกรัฐมนตรี, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ: ออนไลน์) ดังจะเห็นได้ว่า หนึ่งใน

ยุทธศาสตร์ของการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2560 นั้น คือ การให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยแผนบูรณาการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปัญหาหลักของผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิตของไทย คือ การขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน กล่าวคือ สินค้าและบริการส่วนใหญ่ยังขาดการผลิตที่มีนวัตกรรมของตนเอง ขาดความแตกต่างของสินค้าที่มีอัตลักษณ์ ทำให้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้สินค้าดังกล่าวจำหน่ายได้ในราคาต่ำ จำกัดในตลาดวงแคบ และไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ในการนี้กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโตและแข่งขันได้ การสนับสนุนปัจจัยเอื้อต่อการประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม และการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร โดยการสนับสนุนเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ OTOP ซึ่งเป็นเศรษฐกิจรากฐานของประเทศ โดยการพัฒนาผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์อยู่แล้วให้มีความยั่งยืน และพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดหรือผู้ซื้อ แต่เนื่องจากในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตลาดค่อนข้างจำกัด สาเหตุจากผลิตภัณฑ์มีความล้าสมัยไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ หรือมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้การผลิตผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐานมากขึ้น ผู้ผลิตยังมีศักยภาพในการผลิตไม่เพียงพอ ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนากระบวนการผลิตที่ต้องการการผลิตที่รวดเร็วและได้มาตรฐาน หรือยังขาดการบริหารจัดการการผลิตที่ดี และยังไม่สามารถนำภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559: 5)

บ้านสะง้อ ตำบลหอคำ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ เป็นชุมชนแถบลุ่มน้ำโขง ที่มีกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้ามายาวนาน สืบสานงานฝีมือจากรุ่นสู่รุ่น แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป ภูมิปัญญาที่เคยดำเนินการมายาวนานได้รับผลกระทบโดยตรง ด้วยปัจจัยค่าใช้จ่ายในการย้อมสีที่เพิ่มขึ้น ตลาดสินค้าประเภทผ้าขาวม้ามีคู่แข่งทางการตลาดที่มากขึ้น แรงงานในการผลิตเริ่มลดน้อยลงโดยลำดับ ซึ่งเป็นผลกระทบเช่นเดียวกับกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าหลายแห่งในภาคอีสาน ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยในการขับเคลื่อนให้ภูมิปัญญานี้ยังคงอยู่คู่ชุมชนได้อย่างเข้มแข็ง

คณะผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรสาขาวิชาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สังกัดภาควิชาวัฒนธรรมและการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นหน่วยงานที่มีแนวนโยบายชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน จึงเห็นด้วยกับแนวคิดข้างต้น โดยได้ร่วมกับผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ในการที่จะดำเนินการเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาผ้าขาวม้าชุมชนบ้านสะง้อ ด้วยงานวิจัยเพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สำหรับในการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินงานจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในปีงบประมาณ 2560 และได้มีการติดตามและให้ความช่วยเหลือการพัฒนาอย่างต่อเนื่องหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ

### ข้อตกลงเบื้องต้น

งานวิจัยนี้ มุ่งเน้นการศึกษาและทดลองเพื่อพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผ้าขาว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นผลมาจากการศึกษาข้อมูลทางการตลาดในปี พ.ศ. 2560 ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นไปตามเกณฑ์และเงื่อนไขของผู้สนับสนุนการดำเนินงาน คือ ความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาตลอดโครงการ มีศักยภาพในการผลิตและมีที่ตั้งในเขตพื้นที่รับผิดชอบของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ประกอบด้วยจังหวัดอุดรธานี หนองบัวลำภู เลย หนองคาย และบึงกาฬ) โดยได้เจาะจงเลือก ผู้ประกอบการผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ ตำบลหอคำ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์บริบทความต้องการ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาของผู้ประกอบการ
2. เพื่อค้นคว้า ทดลอง ออกแบบและพัฒนาผ้าขาวม้าชุมชนบ้านสะง้อให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) กับชุมชน

### ขอบเขตการวิจัยด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผ้าขาม้าในภาคอีสาน

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตผ้าขาม้าบ้านสะง้อ ตำบลหอคำ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นตัวแทนของประชากรผู้ประกอบการการผลิตผ้าขาม้าเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ในภาคอีสาน

### ขอบเขตการวิจัยด้านตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตัวแปรต้น คือ ผู้บริโภคงานหัตถกรรมพื้นบ้านในวิถีสังคมใหม่

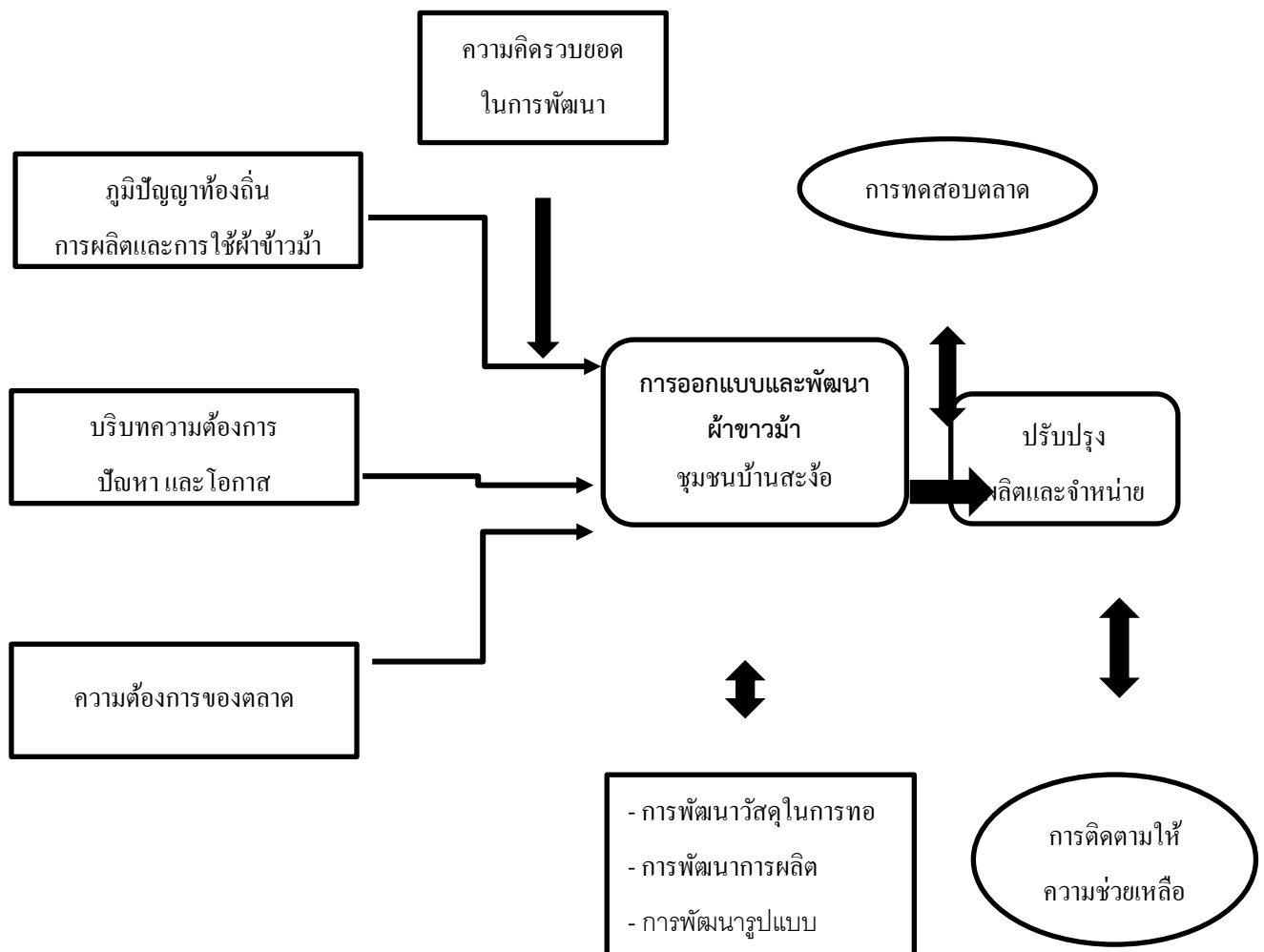
ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาผ้าขาม้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภค

### ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย

บ้านสะง้อ ตำบลหอคำ อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการของผู้ประกอบการ และความต้องการของตลาด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้น และลงพื้นที่เก็บข้อมูลในสถานประกอบการ
2. วิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาผ้าขาวม้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยจัดให้มีการจัดเก็บข้อมูลทางการตลาดในสถานที่เป้าหมาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้บริโภคและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนา
3. หาความคิดรวบยอดของการพัฒนา และดำเนินการทดลองและพัฒนาวัสดุ กระบวนการผลิต ซึ่งการพัฒนาเป็นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมในสถานประกอบการ ทั้งนี้ อาจมีการถ่ายทอดความรู้เพิ่มเติม เช่น การถ่ายทอดความรู้ด้านการย้อมสีธรรมชาติ การค้นหาวัตถุดิบให้สีในการย้อมจากป่าชุมชนในพื้นที่ การเลือกเส้นใยในการผลิต รวมทั้งการกำหนดแนวทางในการพัฒนาลายผ้า เป็นต้น
4. การพัฒนารูปแบบของผ้าขาวม้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและทดสอบตลาด เป็นการพัฒนารูปแบบลายผ้าใหม่ให้สอดคล้องกับตลาด โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการทางการตลาดเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา
5. การให้คำแนะนำปรึกษาการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดและแนะนำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือเข้าสู่ตลาด ทั้งในรูปแบบของผ้าผืนที่มีการจำหน่ายเป็นเมตรเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปแปรรูปได้ตามรูปแบบที่ต้องการ และการออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปตามความนิยมของผู้บริโภค
6. การติดตามผลการดำเนินงานหลังการพัฒนา เป็นการติดตามให้ความช่วยเหลือในประเด็นต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนให้การผลิตและการจำหน่ายมีความเข้มแข็ง ทั้งนี้ อาจมีการพัฒนาลายผ้าเพิ่มเติม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ การขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการขับเคลื่อนทางการตลาด ซึ่งมีการติดตามผลทั้งในแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายสินค้าต่างๆ
7. การเขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

### คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ภาคอีสาน หมายถึง เขตพื้นที่ทางภูมิศาสตร์และการปกครองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสาน ของประเทศไทย ซึ่งมีการจัดแบ่งเขตการปกครองภาคอีสานออกเป็น 2 ส่วน คือ เขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน ตั้งอยู่บนแอ่งสกลนคร และภาคอีสานตอนล่าง ตั้งอยู่บนแอ่งโคราช (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ หรือ กพร., รายงานผลตามคำรับรองปฏิบัติราชการ. 2560)

ชุมชนภาคอีสาน หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ภาคอีสาน ซึ่งเป็นผู้ผลิตผ้าขาวม้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในลักษณะของงานหัตถกรรม

ผ้าขาวม้า หมายถึง ผ้าที่ถูกนำมาใช้สารพัดประโยชน์ในวิถีชีวิตของคนในชุมชนอีสาน ส่วนใหญ่ผู้ใช้ผ้ามักเป็นผู้ชาย นิยมใช้หนุนอาบน้ำ เช็ดตัว คลุมหัวกันแดด ทำเปลนอน รองนั่ง รองนอน ใช้พันเอว(เคียนเอว)หรือโพกศีรษะ(เคียนหัว) รวมทั้งห่อสิ่งของในการเดินทาง การทอนิยมทอด้วยลายขัดเป็นรูปตาราง ทั้งตารางขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ความยาวตั้งแต่ 150 – 200 เซนติเมตร หน้ากว้างตั้งแต่ 60- 100 เซนติเมตร มีชื่อเรียกขานตามความนิยมในแต่ละพื้นที่ เช่น ผ้าชะม้า ผ้าตาล้อ ผ้าขันด้าม และผ้าขาวม้า และมีรูปแบบลาย สี และเทคนิคการทอเพิ่มเติมตามวัฒนธรรมการทอที่สืบทอดกันมา

การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า เช่น การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจำหน่ายสินค้าหรือบริการ การวางแผน การจัดการ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมทั้งผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อในอนาคต

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ศึกษาการใช้ผ้าขาวม้าของคนไทยและการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาผ้าขาวม้าในเชิงพาณิชย์ ค้นคว้าและทดลองพัฒนากระบวนการผลิตผ้าขาวม้าให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และออกแบบและพัฒนารูปแบบผ้าขาวม้าเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ดังนี้

**การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการของผู้ประกอบการและของตลาดกรณีศึกษาสถานประกอบการผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ**

ประธานกลุ่ม คือ นายดารา แสงกองมี ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 91 ม. 2 บ้านสะง้อ ตำบลหอค้า อำเภอมือง จังหวัดบึงกาฬ รหัสไปรษณีย์ 58000 หมายเลขโทรศัพท์ 084 – 4082865

### การศึกษาและวิเคราะห์บริบทความต้องการ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาของกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้า

กลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ เป็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าที่สืบทอดภูมิปัญญามาจากบิดามารดาที่ทำธุรกิจด้านการผลิตและจำหน่ายผ้าขาวม้ามายาวนาน จนมีการร่วมตัวก่อตั้งเป็นกลุ่มทอผ้าขาวม้า โดยคุณพ่อไธ และคุณแม่แฉ่ง คำพุธา ในปี พ.ศ. 2542 ถือเป็นยุคแรกในการก่อตั้งกลุ่ม ซึ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์เดิมเป็น ผ้าขาวม้าย้อมสีเคมี ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2559 การสืบทอดได้มาถึงยุคของลูกที่มีแนวคิดแบบคนรุ่นใหม่ คือ ยุคของนางสมพร และนายดารา แสงกองมี ทายาทรุ่น 2 และมีแผนเตรียมส่งมอบงานต่อทายาทรุ่น 3 คือ นางสาวสุพัตรา แสงกองมี ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ร่วมกันพบปัญหาการผลิตผ้าขาวม้าในปี พ.ศ. 2560 นั้น มีประเด็นปัญหาที่น่าสนใจ 4 ประการ คือ 1. ผ้าขาวม้าแบบดั้งเดิมมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก 2. ค่าตอบแทนในการผลิตค่อนข้างต่ำ 3. ผู้ผลิตมีจำนวนลดน้อยลงในทุกปีเนื่องจากค่าตอบแทนไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในครัวเรือน 4. สินค้าขาดการพัฒนาที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาด ในช่วงแรกของการสืบทอดกิจการกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะง้อได้พยายามที่จะยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น มีการพัฒนาโทสนีให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ปรับรูปแบบใหม่ให้เหมาะสมกับการใช้งานของคนในวิถีสังคมใหม่ โดยนำผ้าขาวม้ามาแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แต่ยังไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้ ด้านการตลาดผู้ผลิตได้ใช้พื้นที่บ้านพักอาศัยเป็นแหล่งแปรรูปและจำหน่ายสินค้า ส่วนการผลิตกระจายไปตามครัวเรือนต่างๆ ในเขตพื้นที่ชุมชน



ผ้าขาวม้า : ผลิตภัณฑ์เดิม



เสื้อสตรีที่ตัดเย็บร่วมกับผ้าชนิดอื่น



ผ้าขาวม้า ตัดเย็บเป็นชุดเสื้อสตรี

ภาพ 2 ผลิตภัณฑ์เดิม ผ้าขาวม้าและการแปรรูปเป็นเสื้อสตรี

### การศึกษาข้อมูลความต้องการทางการตลาด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methods) วิธีวิทยาที่ใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งใช้สัมภาษณ์รายบุคคล (Focus Individual Interview) ตามแนวทางสัมภาษณ์ (Interview Guide Line) โดยกรอบของการสัมภาษณ์เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open Question) กำหนดแนวคำถามแบบกว้างๆ เพื่อเปิดประเด็นในการสนทนา ทำให้สามารถที่จะแตกประเด็นย่อยระหว่างที่มีการสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมได้ และระเบียบวิธีการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methods) เป็นวิธีค้นหาความรู้และความจริง โดยเน้นที่ข้อมูลเชิงตัวเลข การวิจัยเชิงปริมาณจะพยายามออกแบบวิธีการวิจัยให้มีการควบคุมตัวแปรที่ศึกษา ต้องจัดเตรียมเครื่องมือรวบรวมข้อมูลให้มีคุณภาพ จัดกระทำสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องให้เป็นมาตรฐานและใช้วิธีการทางสถิติช่วยวิเคราะห์และประมวลข้อสรุปเพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อน (Error) น้อยที่สุด

ในการดำเนินเก็บข้อมูลเบื้องต้นในครั้งนี้ สามารถสรุปผลการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี บริเวณแหล่งจำหน่ายสินค้าประจำจังหวัดอุดรธานี จำนวนทั้งสิ้น 20 คน ด้วยแบบสอบถามเชิงสัมภาษณ์ การสำรวจตลาด (Market Survey) ซึ่งพบว่า ผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ ที่จำหน่ายในแบรนด์ “ผ้าขาวม้า DARA เชื้ออินอ์บิงกาฬ” ผู้บริโภคเห็นว่ายังมีปัญหาด้านสีและเนื้อผ้าที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการ ด้านราคาที่ยังไม่เหมาะสม และความเหมาะสมในการนำผ้าขาวม้าเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นยังน้อย ทั้งนี้ เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้วย STP : การตลาดเป้าหมายและการแบ่งส่วนตลาด และ SWOT Analysis สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

### S : Segmentation หรือการแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดในครั้งนี้ ได้มีการพิจารณาร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับเจ้าของกิจการ กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยเกณฑ์ประชากรศาสตร์ รายงานผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายโดยเกณฑ์ประชากรศาสตร์

| อาชีพ                                                         | อายุ            | การศึกษา | รายได้ : เดือน | พฤติกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------|-----------------|----------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ข้าราชการ<br>พนักงานของรัฐ<br>พนักงานเอกชน<br>ธุรกิจส่วนบุคคล | 25 ปี<br>ขึ้นไป | ไม่จำกัด | 15,000 ขึ้นไป  | พฤติกรรม การซื้อเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อและใช้ผ้าขาวม้า คือ การซื้อเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซื่อเป็นของฝาก หรือซื้อเพื่อใช้งานโดยตรงในชีวิตประจำวัน นิยมซื้อในช่วงก่อนเทศกาลประจำปีหรืองานบุญประเพณี เช่น งานปีใหม่ สงกรานต์ งานบวช งานแต่งงาน แต่ทั้งนี้ความสนใจในผ้าขาวม้ามลดลงตรงข้ามกับความสนใจในผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ที่เข้ากับยุคและสมัยมากกว่า |

### T : Targeting หรือการเลือกตลาดเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ได้มีการพิจารณาร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับเจ้าของกิจการ โดยเลือกกลุ่มสุภาพสตรีข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ จัดเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่นิยมผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ โทนสีอ่อน มีพฤติกรรมชอบซื้อทั้งเพื่อใช้งาน เป็นของฝาก เป็นลูกค้าที่มีกำลังซื้อในระดับปานกลาง ที่ตลาดมีการขายตลอดเวลาเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้ผ้าไทยเพื่อการแต่งกายในชีวิตประจำวันสูงกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ทั้งในด้านหน้าที่การงาน การออกงานสังคม ชอบความโดดเด่นและความแปลกใหม่

### P : Positioning หรือการวางตำแหน่ง

การกำหนดตำแหน่งสินค้าให้เป็นที่รู้จักจดจำ ได้มีการพิจารณาร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับเจ้าของกิจการ โดยวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ จะเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าที่ยกระดับตลาดผู้บริโภคที่สูงขึ้นในระดับกลางถึงระดับสูงด้วยการวางลายแบบใหม่ ใช้สีธรรมชาติ สร้างสรรค์ความงาม แปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ทั้งนี้จะดูประกอบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและบุคลิกภาพของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) กิจการกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะอ้อ

| จุดแข็ง (Strengths)                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | จุดอ่อน (Weaknesses)                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นกลุ่มประกอบการที่มีความเข้มแข็ง ระบบการบริหารงานในกลุ่มมีความชัดเจน สมาชิกมีความสามัคคี</li> <li>2. เป็นทั้งผู้ผลิตหลัก และมีเครือข่ายการผลิต</li> <li>3. พื้นที่ในชุมชนมีแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติที่สามารถจะนำมาใช้พัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติได้</li> </ol>                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้าเดิมขาดเอกลักษณ์ รูปแบบไม่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ</li> <li>2. ขาดบรรทัดฐานความชัดเจนของตราสินค้า</li> <li>3. ไม่มีรูปแบบลายผ้าที่โดดเด่น น่าสนใจ</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunities)                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | อุปสรรค (Threats)                                                                                                                                                                                              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาครัฐให้ความสนใจในการสนับสนุน พัฒนาการดำเนินงานของกลุ่ม</li> <li>2. มีการรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผ้าทอมือจากภาครัฐที่คาดว่าจะสามารถช่วยขับเคลื่อนสินค้าเข้าสู่ตลาดได้</li> <li>3. กลุ่มผู้บริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นตลาดกลุ่มใหญ่ และมีการขยายตัวของตลาดอย่างต่อเนื่อง</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) การแข่งขันทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมีค่อนข้างสูง</li> </ol>                                                                                                     |

จากข้อมูลด้านการตลาดข้างต้น แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการทางการตลาด ควรดำเนินการใน 3 ส่วน ดังนี้

**1. การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบในการผลิต** ปรับเปลี่ยนการย้อมสีเคมีเส้นฝ้ายเป็นย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการให้สี ทั้งนี้ หากมีพืชเฉพาะถิ่นที่มีคุณภาพการให้สีที่แตกต่างจะสามารถช่วยสร้างความแตกต่างและจุดขายได้ดี ในการนี้ จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่า สมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตยังขาดทักษะและความรู้ในการย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งควรมีการถ่ายทอดความรู้เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติก่อนการพัฒนาและค้นคว้าวัตถุดิบในพื้นที่

**2. การออกแบบลายผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่** โดยต่อยอดจากทักษะในการผลิตลายผ้าแบบเดิมและเพิ่มเติมลายใหม่ที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ในการจัดวางตำแหน่งลายต้องคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้งานและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นสำคัญ

**3. การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์** ในขั้นตอนนี้จะเกิดขึ้นหลังจากกระบวนการทอเสร็จสิ้น ทั้งนี้ จากผลการศึกษาทางการตลาด พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ คือ ผ้าพันคอ ผาคลุมไหล่ เสื้อและกางเกงบุรุษสตรี และชุดลำลอง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปที่เหมาะสมสำหรับคนยุคใหม่ ในวิถีสังคมใหม่ โดยพัฒนาควบคู่กับการสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำในรูปแบบและเอกลักษณ์ของสินค้า

**การค้นคว้าและทดลองพัฒนากระบวนการผลิตผ้าขาวม้าให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด**

**การพัฒนาลายผ้า**

ในขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนของการออกแบบลายผ้าขาวม้าแบบใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและความหลากหลาย ตามข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลความต้องการทางการตลาด โดยกำหนดแนวทางในการออกแบบลายผ้าขาวม้าร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ประกอบการ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาลายผ้าขาวม้า ดังนี้

1. การออกแบบลายที่หลีกเลี่ยงการสร้างลายผ้าที่มีจำนวนช่องหรือตารางตลอดทั้งผืน
2. การใช้เส้นเพื่อวางลายผ้าขาวม้า ใช้เทคนิควางตำแหน่งลายที่ต่างขนาดกัน โดยวางลายเส้นสลับกันไปมา ระหว่างลายเส้นที่มีขนาดใหญ่และขนาดเล็ก
3. เน้นการเปิดช่องว่างบนผืนผ้าเพื่อไม่ให้ลายเต็มทั้งผืน โดยรวมของผืนผ้าให้ดูโปร่ง สบายตา ให้มีความเหมาะสมกับการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ทั้งในส่วนที่เหมาะสมกับคนรูปร่างอ้วน และรูปร่างผอม
4. ในการทอผ้าบางผืน ควรใช้ทักษะฝีมือเดิม คือ เทคนิคการทอผ้าลายสายฝนมาใช้ร่วมกับลายผ้าขาวม้า

จากแนวทางในการออกแบบลายดังกล่าว ผู้วิจัยและผู้ประกอบการได้ร่วมกันร่างแบบเพื่อสร้างลายผ้ามากกว่า 10 แบบ และคัดเลือกลายเพื่อใช้ในการทดลองทอสร้างลายผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่



ภาพ 3 การจัดประชุมถ่ายทอดความรู้และค้นหาแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติ

### การย้อมสีธรรมชาติ

โดยจัดให้มีการประชุมถ่ายทอดความรู้ด้านการย้อมสีธรรมชาติ วัสดุในการย้อม และการทอ มีผลสรุปที่ได้จากการประชุม คือ เส้นใยที่เหมาะสมกับการนำมาใช้และผลิต ผู้วิจัยและผู้ประกอบการเห็นว่า ควรเลือกใช้เส้นฝ้ายซีกังหรือเรยอน (Reyon) หรือไหมเทียม ซึ่งเป็นเส้นใยที่ผลิตโดยวิธีนำเส้นใยจากธรรมชาติมาย่อยให้ละเอียดแล้วนำไปหมักย่อย ด้วยกระบวนการ Viscose แล้วจึงนำไปฉีดออกมาเป็นเส้น ถือเป็นเส้นใยเซลลูโลสชนิดหนึ่ง เป็นเส้นใยที่มีเนื้อนุ่ม เบา บาง พลิ้ว ระบายอากาศได้ดี ปัจจุบันถือเป็นเส้นใยชนิดหนึ่งที่มีความนิยมนำมาผลิต มีหลายขนาดเช่น เบอร์ 10/2 (เส้นใหญ่) 20/2 (ขนาดกลาง) และ 30/20 (ขนาดเล็ก) ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการทอสลักเส้น เช่น ใช้เส้นขนาดเบอร์ 20/2 (ขนาดกลาง) ร่วมกับขนาดเบอร์ 30/20 (ขนาดเล็ก) จะได้ผ้าที่ละเอียดบางเบา เหมาะสำหรับผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ แต่หากใช้เบอร์ 10/2 (เส้นใหญ่) ร่วมกับเบอร์ 20/2 (ขนาดกลาง) จะเป็นผ้าที่มีความหนาขึ้นเหมาะสำหรับการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

### การพัฒนานวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติ

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าย้อมสีธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าขาวม้า การผลิตใช้เส้นฝ้ายซีกังเบอร์ 20/2 เป็นวัสดุในการทอและย้อมสี วัสดุให้สีจากธรรมชาติที่ใช้ในกาทดลองย้อมสีที่สำคัญ ประกอบด้วย ผลไม้พันธุ์หรือผลหมากค้อเขียว ประดู่ พักคูน ชมพู่มะเหมี่ยว และหมักโคลน

สูตรในการย้อมสีธรรมชาติที่ค้นพบ จำนวน 4 โทนสี ดังนี้

สูตรโทนสีที่ 1 โทนสีเทาเข้ม เกิดจาก การย้อมชมพู่มะเหมี่ยว น้ำโคลน และน้ำปูนใส

สูตรโทนสีที่ 2 โทนสีน้ำตาล เกิดจาก การย้อมเปลือกประดู่ น้ำโคลน และน้ำปูนใส

สูตรโทนสีที่ 3 โทนสีเทาดำ เกิดจากการย้อมหมากค้อเขียว น้ำโคลน และน้ำปูนใส

สูตรโทนสีที่ 4 โทนสีเทา เกิดจากการย้อมเปลือกหว่า น้ำโคลน และน้ำปูนใส

ทั้งนี้ เคล็ดลับความงามที่ค้นพบ คือ การใช้ น้ำโคลน และการควบคุมอุณหภูมิของน้ำที่พอดี ซึ่งมีการทดลองลงหลายรอบ จนได้สูตรในการย้อมที่เป็นเคล็ดลับเฉพาะกลุ่ม



ต้นไม้พันธุ์/หมากค้อเขียว  
ต้นไม้นี้เหมาะใช้ในการย้อม



ผลของต้นไม้พันธุ์/หมากค้อเขียว

ภาพ 4 วัตถุดิบสำคัญในการย้อมสีธรรมชาติ

### การออกแบบและพัฒนาารูปแบบผ้าขาวม้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

สำหรับการสรุปผลการวิจัยด้านการออกแบบและพัฒนาารูปแบบผ้าขาวม้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสามารถสรุปได้ดังนี้

#### การทอผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่

การทอผ้าใช้กี่ทอผ้าพื้นบ้าน โดยใช้เทคนิคการทอผ้าลายขัด บางผืนใช้ร่วมกับเทคนิคการทอผ้าลายสายฝน โดยวางลายตามแนวเส้นยืนและพุ่ง ขนาดผ้าหน้ากว้าง 80 ซม. ความยาว 2 เมตร/ผืน เหมาะสำหรับการนำไปแปรรูปเป็นเสื้อผ้าชุดลำลอง ผ้าพันคอ หรือแปรรูปเป็นเสื้อผ้าบุรุษและสตรี ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ต่างๆ ที่เหมาะสำหรับการแปรรูป เช่น กระเป๋า ปลอกหมอนอิง หมอนข้าง เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ เป็นการสร้างความรู้ใหม่ให้แก่กลุ่มผู้ผลิต จากเดิมที่เคยผลิตผ้าย้อมสีเคมีมาโดยตลอด โดยมีข้อค้นพบ ด้านวัสดุในการย้อมสีธรรมชาติที่มีเฉพาะถิ่น คือ ผลไม้พันธุ์ปืหรือผลหมากค้อเขียว ซึ่งเป็นพืชโบราณที่มีเฉพาะในบางพื้นที่ ไม่เคยมีการนำมาใช้ในการย้อมสีธรรมชาติมาก่อน นอกจากนี้ ในการทดลองย้อมได้มีข้อค้นพบโทนสีต่างๆ รวมทั้งส่วนประสมของสีธรรมชาติต่างๆ เช่น ชมพู่มะเหมียว ผักคูณ เปลือกประดู่ และการหมักโคลน โดยผ้าชุดแรกได้นำมาทดสอบตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และมีการตั้งชื่อลายผ้าตามรูปแบบของลายเพื่อส่งเสริมการขายและง่ายต่อจดจำ เช่น ลายดารา ลายสองฝั่งโขง ลายต่าย และอื่น ๆ



เส้นใยย้อมสีธรรมชาติจากผลไม้พันธุ์ปืร่วมกับวัสดุอื่น ๆ



การทอด้วยกี่พื้นบ้าน

ภาพ 5 เปรียบเทียบสีเส้นใยและสีที่ได้จากการทอและวางลายผ้าขาวม้าใหม่

#### การทดสอบตลาด (Market Test )

หลังการทอผ้าขาวม้าชุดแรก ผู้วิจัยได้ให้คำแนะนำปรึกษาในการเก็บข้อมูลทดสอบตลาดก่อนนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด โดยได้อธิบายถึงวิธีการจัดเก็บข้อมูล การใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแก่ผู้ประกอบการเพื่อนำไปใช้ในการจัดเก็บข้อมูลในงานมหกรรมสินค้าต่างๆ ที่จะนำสินค้าไปจำหน่าย ซึ่งในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ร่วมนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปเก็บข้อมูลด้วยเพื่อทดสอบตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายใน 2 แหล่ง คือ เก็บข้อมูลกับบุคลากรวัยทำงานในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ แก่งคุตุ๋ อำเภอยางตลาด จังหวัดเลย ซึ่งแบบทดสอบตลาดทั้งหมดได้ถูกนำมารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันเพื่อนำผลการวิเคราะห์มาประกอบการพิจารณาปรับปรุงพัฒนาต่อไป



ภาพ 6 ผลิตรัณฑ์หลังการพัฒนา แบบที่ 1 ผ้าขาวม้าลายสองฝั่งโขง



ภาพ 7 ผลิตรัณฑ์หลังการพัฒนา แบบที่ 2 ผ้าขาวม้าลายต่ายาย



ภาพ 8 ผลิตรัณฑ์หลังการพัฒนา แบบที่ 3 ผ้าขาวม้าลายดารา

ผลการทดสอบตลาดผลิตรัณฑ์ผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่ ในครั้งนี้ มีผู้บริโภคนำมาจำหน่ายให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม จำนวน 21 ราย โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ พบว่า ผู้บริโภคเป้าหมายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.33 และ SD 0.22) โดยจำแนกเป็น อันดับแรกที่มีความพึงพอใจในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.52 และ SD 0.26) คือ ด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความเหมาะสมเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิต รองอันดับสอง มีความพึงพอใจในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.43 และ SD 0.24) คือ ด้านความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ อันดับสาม มีความพึงพอใจในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.19 และ SD 0.23) คือ ด้านราคา 150 บาท/ผืน/2 เมตร และอันดับสุดท้าย มีความพึงพอใจในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.14 และ SD 0.19) คือ ด้านความโดดเด่นน่าสนใจ

ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากผู้ตอบแบบสอบถามมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ 1. ควรเพิ่มลวดลายและสีสันทให้หลากหลายรูปแบบมากขึ้น 2. ควรปรับปรุงเนื้อผ้าและความประณีตในการทอให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากพบว่า มีความไม่สม่ำเสมอในบางผืน

ในการนี้ ผู้วิจัยได้ให้คำแนะนำปรึกษารูปแบบการสร้างลายผ้าให้หลากหลายยิ่งขึ้น เพิ่มความประณีต ความสวยงาม การทดลองแปรรูปเป็นเสื้อผ้าบุรุษและสตรี การสร้างแบรนด์ และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อขับเคลื่อนสู่ตลาดสากล โดยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งนี้ ด้านราคายังสามารถปรับให้สูงขึ้นได้อีกตามกลไกทางการตลาด



ภาพ 9 การประเมินผลิตภัณฑ์และให้คำแนะนำปรึกษาเพิ่มเติม

#### การสร้างแบรนด์ (Brand)

เป็นการดำเนินการออกแบบและให้คำแนะนำปรึกษาด้านการสร้างแบรนด์ โดยการออกแบบตราสินค้า/โลโก้ ฉลากสินค้าแบบคาด รวมทั้ง โปสเตอร์โฆษณาสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อแสดงรายละเอียดของสินค้าและเรื่องราว (Story) ซึ่งมีตัวอย่าง ตราสินค้าและแผ่นคาดสินค้า ดังนี้



ภาพ 10 ตราสินค้า และแผ่นคาดสินค้า

#### สรุปผลการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด

ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ผู้วิจัยได้ให้คำแนะนำปรึกษาด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และพัฒนาตราสินค้า “ผ้าขาวม้า DARA เชื้ออิน@บึงกาฬ” โดยผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาตราสินค้า ฉลากสินค้าแบบสายคาดม้วนผ้า พร้อมผลิตและส่งมอบแก่ผู้ประกอบการ ทั้งนี้ จากการติดตามหลังพัฒนา (ระหว่าง ปี พ.ศ. 2560- 2563) ได้มีกิจกรรมการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ หลายหน่วยงาน ส่งผลให้ผ้าขาวม้าบ้านสะง้อเป็นผ้าที่มีชื่อเสียงในระดับจังหวัดและระดับประเทศ พบว่า มีการพัฒนาผ้าขาวม้าลายใหม่เพิ่มเติมจำนวนมากกว่า 12 ลาย เช่น ลายรุ่งโรจน์ (ออกแบบลายโดย นายรุ่งโรจน์ อัฐรัตน์ ในช่วงดำรง

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 4 ) ไลยผู้ว่า (ออกแบบลายโดย ผู้ว่าราชการจังหวัดบึงกาฬ ในปี พ.ศ. 2561) ไลยสองพี่น้อง ไลยสองพี่น้อง ไลยปทุมทิพย์ ไลยนิมิต เป็นต้น ผ้าขาวม้าจากบ้านสะง้อได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จนได้รับการพิจารณาจากจังหวัดบึงกาฬให้เป็นผ้าสำหรับการแปรรูปเป็นชุดสำหรับผู้เข้าประกวดงานประกวดมิสแกรนด์บึงกาฬ ปี 2561 เพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นชุดสวมใส่ในการประกวด นอกจากนี้ยังได้รับเชิญให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับจังหวัดและระดับประเทศอย่างต่อเนื่อง ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และตีพิมพ์ลงในหนังสือต่างๆ จำนวนมาก ส่วนผลลัพธ์ทางด้านธุรกิจเป็นผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในงานวิจัย ประกอบด้วยเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบลวดลายผ้าขาวม้ารูปแบบใหม่ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวคิดในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด การพัฒนาต่อยอดให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าเพิ่มเติมและการแปรรูปเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าบ้านสะง้อและบุคคลสำคัญที่มาเยี่ยมชม ส่วนการเข้าร่วมกิจกรรมการจำหน่ายในงานมหกรรมต่างๆ และการส่งเสริมการขายได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ซึ่งสามารถสรุปผลลัพธ์ทางด้านธุรกิจได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลลัพธ์มูลค่าทางการตลาด

| รายการ                                                             | เปรียบเทียบผลลัพธ์      |                                                                                     | หมายเหตุ                                                        |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                                                                    | ก่อนเข้าร่วม            | หลังเข้าร่วม                                                                        |                                                                 |
| 1.มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อเดือน                              | 15,000บาท               | 3000,000 บาท<br>(ข้อมูล ปี พ.ศ. 2561)<br><br>1,200,000 บาท<br>(ข้อมูล ปี พ.ศ. 2563) | ข้อมูลจากการสัมภาษณ์                                            |
| 2.ราคาขายผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย<br>(1 ผืน/หน่วย เท่ากับ ความยาว 2 เมตร) | 100 - 150 บาท           | 500 บาท                                                                             | ผ้าขาวม้าต่อผืน                                                 |
| 3.ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย                                   | 60 บาท                  | 120 บาท                                                                             | มีการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นในชุมชน เนื่องจากมีการขยายตัวทางการตลาด |
| 4. ยอดการขาย สินค้าแปรรูป<br>(ผ้าพันคอ เสื้อ กางเกง)               | 3,50 – 1,000 บาท/ หน่วย | 500 – 25,00 บาท/หน่วย                                                               | ราคาจะสัมพันธ์กับรูปแบบสินค้า                                   |

ข้อมูลอ้างอิง: จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564



ภาพ 11 ตัวอย่างลายผ้าที่ได้รับการพัฒนาต่อยอด



แสดงแบบการใช้ผ้า  
ในการแปรรูปเป็นเสื้อบุรุษ  
ปี พ.ศ. 2560



การใช้ผ้าในงาน  
ประกวดมิสแกรนด์บึงกาฬ 2561  
ที่มา : 2561, สื่อออนไลน์. ปี พ.ศ. 2561



การพัฒนาต่อยอด ปี พ.ศ. 2562  
โดยผู้ประกอบการ  
นายดารา แสงกองมี

ภาพ 12 การแปรรูปในช่วง ปี 2561-2562

### การอภิปรายผล

สำหรับผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้ากลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้าชุมชนบ้านสะง้อ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน เป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่าต่อชุมชน การผลิตผ้าขาวม้าในชุมชนมีทั้งรูปแบบของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิม ผลิตเพื่อใช้เองในครอบครัว และการพัฒนาต่อยอดเพื่อการพาณิชย์ ในการนี้ หากการผลิตนั้นจะเป็นไปในเชิงพาณิชย์ที่ต้องการมุ่งเป้าการสร้างงาน สร้างรายได้ในชุมชน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาความต้องการทางการตลาด การศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ผ้าทอมือ เพื่อขับเคลื่อนให้มีการซื้อขายตามกลไกทางการตลาด ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ มีเป้าหมายชัดเจนในความต้องการที่จะศึกษาและวิเคราะห์บริบทความต้องการ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาของผู้ประกอบการ เพื่อค้นคว้า ทดลอง ออกแบบและพัฒนาผ้าขาวม้าชุมชนบ้านสะง้อให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ในงานวิจัยจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาข้อมูลทางการตลาดก่อน หลังจากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา โดยได้นำผลการศึกษามาพัฒนาสู่ในการสร้างสรรค์ความงาม เลือกสีจากธรรมชาติที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ และที่สำคัญ คือ ต้องการค้นหานวัตกรรมในการย้อมสีธรรมชาติที่แตกต่าง หลังจากนั้นจึงสร้างสรรค์ลายผ้าขาวม้าเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สร้างความแตกต่างจากภูมิปัญญาดั้งเดิม เน้นโทนสีที่อยู่ในความต้องการทางการตลาด และสุดท้าย

คือ การแปรรูปที่เหมาะสมกับยุคสมัย ส่วนการขายต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนในการขับเคลื่อน ซึ่งแนวคิดในการพัฒนานี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ วิทวัน จันทร (2562: 176) อาจารย์ประจำสาขาศิลปะการออกแบบทัศนศิลป์ที่เคยเขียนสรุปและอภิปรายในงานวิจัยไว้ว่า นวัตกรรมที่ทันสมัยยังคงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่สร้างความแตกต่างและสามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้น ตลอดจน แสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ๆ การใช้องค์ความรู้การออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางด้านจิตใจและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดได้ และจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งถ้า นักออกแบบหรือช่างทอในพื้นที่เข้าใจและสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในเชิงการออกแบบได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ ที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาผ้าขาวม้าชุมชนบ้านสะง้อ อาจสรุปได้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. ค้นพบแนวทางการพัฒนาที่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งถือเป็นข้อค้นพบแรกที่เกิดจากการจัดกิจกรรมสำรวจตลาด (Market Survey) ส่งผลให้ได้ข้อมูลที่น่าสู่การวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการพัฒนา
2. ค้นพบกรรมวิธีและวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นที่สามารถให้สีตรงกับความต้องการของตลาด มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และมีคุณภาพดี รวมทั้งค้นพบการเลือกเส้นใยในการทอที่เหมาะสมกับการใช้งาน
3. ค้นพบแนวทางปรับปรุงลายผ้าขาวม้าที่สร้างความแตกต่าง ซึ่งแนวทางดังกล่าว สามารถนำสู่การต่อยอดสร้างสรรค์ลายผ้าได้หลากหลาย มีความเหมาะสมต่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้ ข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาที่เป็นส่วนสำคัญ คือ ข้อมูลที่จากกระบวนการทดสอบตลาด (Market Test) และการเก็บข้อมูลทางการตลาดจากกลุ่มผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
4. การส่งเสริมการตลาด ในงานวิจัยนี้ พบว่า กระบวนการส่งเสริมการตลาดถือเป็นกลไกที่สำคัญต่อการสร้างยอดขาย ซึ่งในงานวิจัยนี้ ได้สนับสนุนการออกแบบและผลิตตราสินค้า ผลกาสินค้าแบบคาด โปสเตอร์โฆษณาสินค้า การให้คำแนะนำปรึกษาด้านการขายและการวางแผนการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด นอกจากนั้นยังพบว่า การสนับสนุนด้านการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐถือเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะช่วยให้เกิดการขยายอย่างต่อเนื่องและกลุ่มผู้ผลิตมีความเข้มแข็ง
5. ศักยภาพของผู้ประกอบการ ในงานวิจัยนี้ พบว่า ศักยภาพของผู้ประกอบการถือเป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ความกระตือรือร้นต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ การเปิดใจกว้างต่อการรับฟังข้อคิดเห็นเพื่อนำสู่การแก้ไขปรับปรุงและพัฒนา ความสามารถในการเรียนรู้การใช้สื่อออนไลน์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับเปลี่ยนแปลงและการเข้าถึงลูกค้า เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการผ้าขาวม้าบ้านสะง้อ ถือเป็นผู้นำที่มีศักยภาพจึงส่งผลต่อการขับเคลื่อนได้มีอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภทรธิดา ผลงาม (2562: 157) ที่พบว่า ปัจจัยที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผ้าขาวม้าของผู้บริโภคคือ คุณภาพของเนื้อผ้า ส่วนปัจจัยด้านสีและลวดลายที่มักใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ คือ สีของผ้าติดทนและมีความสม่ำเสมอไม่ตกหรือซีด ส่วนลวดลายของผ้าขาวม้านั้นผู้บริโภคชอบลวดลายร่วมสมัยตามแฟชั่น ดังนั้น กลุ่มจึงควรพัฒนากระบวนการผลิตตามความต้องการของผู้บริโภคโดยคำนึงถึงคุณภาพของเนื้อผ้าใหม่ สีติดคงทน ไม่ตก ไม่ซีด และควรมีการออกแบบลวดลายที่ทันสมัย ทั้งนี้ จากแนวคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ความต้องการของตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดแนวทางในการพัฒนา ก่อให้เกิดการพัฒนาตามต้องการด้านคุณภาพของเนื้อผ้า ความสวยงามด้านสีและลายผ้าขาวม้า การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและสร้างความแตกต่างให้กับผ้าขาวม้าที่เคยถูกใช้ในวิถีชุมชนมายาวนาน ตอบโจทย์นโยบายภาครัฐ ดังที่ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (2562: ออนไลน์) เขียนเผยแพร่ในบทความ “วัฒนธรรม มูลค่าสู่มูลค่า” โดยได้กล่าวไว้ว่า ความเป็นประเทศบอกได้จากค่านิยมในประเทศ ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สูงมาก เป็นเสมือนสินทรัพย์ที่ผ่านการสั่งสม จนเกิดเป็นมูลค่า การประยุกต์และบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ย่อมสามารถพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้สดใสในอนาคตได้อย่างแน่นอน ทุนวัฒนธรรมทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับทุนประเภทอื่น ๆ ถือเป็นหัวใจที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คงไม่ไกลเกินเอื้อมที่จะสร้างชาติด้วยวัฒนธรรมหากภาครัฐและเอกชนของไทยสามารถร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการสร้าง Brand Image ของประเทศ เฉกเช่นเดียวกับญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ การสร้างกระแสนิยมไทย ต้องสร้างไปพร้อมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ ให้ควรค่าแก่การจดจำ เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ และทำการบอกต่อ ถึงคุณค่าของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งปัจจุบันมีชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากที่ชื่นชอบและชื่นชอบประเทศไทย

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้สนับสนุนทุนในการวิจัยในโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด กิจกรรมการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ประจำปีงบประมาณ 2560 ตามสัญญาจ้างที่ปรึกษา สัญญาที่ ศก. 4 – 10/2560 ลงวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ระหว่างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นรับมอบอำนาจในการผู้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาเชิงลึกในโครงการ

## เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). ทุนวัฒนธรรมไทยสู่การสร้างสรรค์เศรษฐกิจไทย.

อุตสาหกรรมสาร, 58 (ฉบับเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2559), 5.

กระทรวงวัฒนธรรม, กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). วัฒนธรรม มูลค่าสู่มูลค่า วัฒนธรรมเป็นยุทธศาสตร์ที่สร้าง

มูลค่า สร้างเศรษฐกิจและสร้างชาติได้จริงหรือ? สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2563. จาก

[http://www.culture.go.th/culture\\_th/ewt\\_news](http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news).

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัญญา ชำนิประศาสน์. (2547). **ระเบียบวิธีวิจัย**. กรุงเทพฯ: ดีการพิมพ์.

วิทวัน จันท. (2562). **โครงการพัฒนาผ้าทอมือด้วยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและหน้าที่การใช้งาน: กรณีศึกษาจังหวัด**

**ราชบุรี**. วารสารวิจัยศิลป มหวิทยาลัยเชียงใหม่. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2: กรกฎาคม - ธันวาคม 2562. (159-180)

ภัทรธิดา ผลงาม. (2562). **การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาผ้าขาวม้าในจังหวัดเลยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์**.

วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 7 ฉบับที่

3: กันยายน-ธันวาคม 2562. 146-158.

สำนักนายกรัฐมนตรี, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ**

**20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)** สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2560. จาก

<https://www.nesdb.go.th/download/document/>.

สำนักนายกรัฐมนตรี, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนา**

**เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่12**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2560. จาก

<https://www.nesdb.go.th/download/plan12/สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ>

ฉบับที่12.