

# การสร้างมูลค่าอัตลักษณ์ลายผ้าดาหลาบatikเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดสตูล

## Creating Added Value for the Identity of Dala Batik Fabric Linkages in Community-based Tourism in Satun Province

พิฑูรย์ ทองฉิม<sup>1\*</sup> ธนพงศ์ วุ่นแสง<sup>1</sup> พรทิพย์ เสี่ยมหาญ<sup>1</sup> สุวัจน์ เพชรรัตน์<sup>2</sup> ฟาริดา ซาซา<sup>3</sup>

อรุณพร อธิมาตรไมตรี<sup>1</sup> และ กฤตยา เฟื่องรวงศ์<sup>4</sup>

Pitoon Thongchim<sup>1\*</sup> Thanapong Wunsang<sup>1</sup> Porntip Seamhan<sup>1</sup> Suwatchanee Petcharat<sup>2</sup>

Farida Sasha<sup>3</sup> Arunporn Atimatmaitee<sup>1</sup>

and Kidtaya Fuangworawong<sup>4</sup>

วันที่รับบทความ : 07/06/2565

วันแก้ไขบทความ : 06/09/2565

วันตอบรับบทความ : 17/10/2565

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอควนโดน จังหวัดสตูล 2) เพื่อสร้างลายผ้าบาติกพิมพ์ลายตามเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอควนโดน จังหวัดสตูลของวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ” 3) เพื่อยกระดับผ้าบาติกพิมพ์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเป็น การศึกษาในเชิงปฏิบัติ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ” การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการลงพื้นที่และให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก เพื่อค้นหาอัต ลักษณ์ เอกลักษณ์เชิงพื้นที่ที่นำมาสร้างแบบลายผ้าบาติก ออกแบบผลิตภัณฑ์และจัดทำต้นแบบ ผลิตภัณฑ์

ผลการการศึกษา พบว่า 1) อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอควนโดน จังหวัดสตูล ได้แก่ ดอกเทียนน้ำ (อัตลักษณ์เชิงพื้นที่) และอัตลักษณ์ร่วมในพื้นที่ ได้แก่ วาวควายและจีโอพาร์ค 2) การสร้างลายผ้าบาติกพิมพ์ลายตามเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอควนโดน จังหวัดสตูลของ วิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ” คณะทำงานได้ นำ วาว ควาย จีโอพาร์คและดอกเทียนน้ำ มาถอดแบบวาดลายสำหรับการทำผ้าบาติกที่ผสมผสานระหว่างอัต ลักษณ์เชิงพื้นที่และวัฒนธรรมของจังหวัด ภายใต้ชื่อลาย “บุหงาเลรายัง” โดยการนำเสนอแบบลายผ้า และนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนพร้อมจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design) มีแนวคิดใน ออกแบบลายผ้ามัลติมีเดียจากจำปาตะที่มีลายเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มและได้จัดทำบล็อกไม้พิมพ์ลาย

<sup>1</sup> อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Lecturer, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Assistant Professor, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>3</sup> ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Dr., Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>4</sup> นักวิชาการ, ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 จังหวัดสงขลา

Academician, Regional Industrial Promotion Center 11, Songkhla Province

\* Corresponding author: E-mail address: pitoon@hu.ac.th

บาติก ให้กับกลุ่มวิสาหกิจ 3) การยกระดับผ้าบาติกพิมพ์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น โดยนำต้นแบบลายผ้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ พัฒนาผ้าคลุมไหล่ โดยการออกแบบภายใต้ ธีม (Theme) : “ฟาร์มเล : สตูล” โดยใช้หลัก เน้นลายเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Identity) ใช้ได้ไม่จำกัดเพศ (Unisex Item) สามารถผสมผสานได้ง่ายกับชุดอื่น ๆ (Mixed and Match) มีขนาดฟรีไซส์ (Free Size) และเน้นการใช้สีจากธรรมชาติ (Color Nature Tone) การพัฒนาดังกล่าวส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยสามารถนำไปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ทำให้รายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์, ผ้าบาติก, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

## Abstract

The objectives of this study were 1) to find the local identity of Khuan Don district, Satun province 2) to create a batik pattern printed according to the local identity of Khuan Don district in Satun province which is an enterprise of muslim apparel products under the brand "Dala Patek" 3) to upgrade batik fabrics with local unique prints and increase economic value. The target groups are muslim clothing community enterprises under the brand "Dala Patek". The data collection employed the method of field visits and in-depth consultation in order to find a spatial identity used to create a batik pattern, product design, and make product prototypes.

The results of the study were as follows. Firstly, the local identity of Khuan Don district, Satun province, is Dok Thian Nam (spatial identity), and common identity in the area is buffalo kite and Geopark. Secondly, a batik pattern printed according to the local identity of Khuan Don district in Satun province which belongs to an enterprise of Muslim apparel products under the brand "Dala Patek", the identity of buffalo kites, Geopark and Tien Nam flowers were assigned to reproduce patterns and make batik fabric that combines the spatial and cultural identity of the province under the name "Bungalera Yang." The development process started by presenting a fabric pattern and using it to develop outstanding products of the community visualizing in a 3D prototype (Sketch Design). There is an idea to design a tie-dyed fabric pattern from Champada that has a unique pattern of the group and has made a wooden block with batik printing for the group of enterprises. Finally, to upgrade printed batik fabrics that are unique to the local area, the prototype of the fabric pattern was developed to create new products such as the development of shawls designed under the theme: "Fah Rimlay: Satun." The principle of product design involved many concerns such as a unisex Item, easily blended with other sets (mixed and match), free size, and the use of natural colors tone. This development has resulted in an increase in economic value, which can be used as community products for tourism causing the income of the community enterprise group to increase by 20 percent.

**Keywords:** Identity, Batik fabric, Community-based tourism

## บทนำ

รัฐบาลได้ดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 และดำเนินการมาอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน (2) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน (3) ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ (5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน เป็นการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยรัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย จึงได้กำหนดให้ “ส่งเสริมอาชีพผลิตสินค้า OTOP” เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น โดยมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานเศรษฐกิจของประเทศ และกรมการพัฒนาชุมชนดำเนินการจัดแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย (1) อาหาร (2) เครื่องดื่ม (3) ผ้าและเครื่องแต่งกาย (4) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ (5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และดำเนินโครงการพัฒนาระดับการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ให้มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท (Promotion of Local Wisdom and Community Enterprises, 2021) และแนวทางการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมที่ทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้ถูกบรรจุไว้เป็นนโยบายหลักในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (Office of the National Economic and Social Development Council Prime Minister's Office, 2017) โดยแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร เสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือ OTOP ด้วยการนำคุณค่าของวัฒนธรรมไทยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ คุณค่าวัฒนธรรมนับว่าเป็นรูปแบบของทุนอีกรูปแบบหนึ่งที่เรียกว่า ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) อาศัยการนำองค์ประกอบทั้ง 3 ข้อมารวมกัน ได้แก่ 1) การเข้าใจวัฒนธรรม 2) การหยั่งรู้ความต้องการของผู้บริโภค และ 3) ความเป็นตัวตนกับความทันสมัยอย่างกลมกลืนมาประกอบกันเป็นกลยุทธ์ของการตลาดที่มุ่งขายคุณค่า (Value-Based Marketing) นำมาต่อยอดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน แต่สภาพปัจจุบันผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ขาดแนวคิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่กระแสการแข่งขันของธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อช่วยในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานมากขึ้น (Thongprasert, Chotivanich & Kasemsuk, 2019) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญเรื่อง การจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาสู่สากลในพื้นที่จังหวัดสตูล เพื่อการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับสาขาผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้ ของประดับตกแต่ง และของที่ระลึก โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบ (Design) ที่มีเอกลักษณ์ สามารถผลิตและขายได้ในเชิงพาณิชย์ สร้างความเข้มแข็งให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดอย่างยั่งยืน จึงได้มอบหมายให้ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ดำเนินการกิจกรรมดังกล่าว

วิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ” ตำบลควนสตอ อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล เป็นหนึ่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมกิจกรรมให้คำปรึกษาแนะนำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาสู่สากล โดยผ่านกิจกรรมสัมมนาการเตรียมความพร้อมในการสร้างผลิตภัณฑ์ของแต่ละรายตามแบบที่ออกแบบไว้ตาม

วัตถุประสงค์และกิจกรรมให้คำปรึกษาแนะนำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาสู่สากล นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณค่าและเพิ่มมูลค่าแล้ว ยังมีการส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพไปเปิดตลาดการค้าเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการได้มีช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล
2. เพื่อสร้างลายผ้าบาติกพิมพ์ลายตามเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล ของวิสาหกิจผลิตผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ”
3. เพื่อยกระดับผ้าบาติกพิมพ์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและหลักการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิดและหลักการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ One Tambon One Product (OTOP) (Community Development Department Ministry of Interior. Community Development Department, 2017) “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชนหรือตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย 1 ประเภท ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ การดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ต้องอาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้น และผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ภายใต้หลักการพื้นฐาน (1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนไม่ซ้ำแบบกันและเป็นที่ยอมรับทั่วไป (3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) สร้างบุคลากรที่มีความคิดกว้างไกลมีความรู้ทักษะ ความสามารถในการผลิตและบริการมีจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

การสร้างอัตลักษณ์จากทุนทางวัฒนธรรม (Department of Industrial Promotion, 2016) จากยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ข้อ 5.2(2) ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนนำองค์ความรู้จากมรดกทางศิลปวัฒนธรรมไปใช้ในการสร้างสรรค์

พัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพ หรือบริการอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของเอกลักษณ์ในแต่ละชุมชน และด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุนทางสังคม และเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงทุนทางเศรษฐกิจและทุนทรัพยากรธรรมชาติ ให้เป็นพลังในการขับเคลื่อนการเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขร่วมกันของคนในชาติ นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็งอีกทางหนึ่ง

#### แนวคิดการสร้างคุณค่าอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ คือ คุณลักษณะเฉพาะตัว ที่บ่งบอกหรือมีความชี้ชัดของตัวบุคคล สังคม ชุมชนหรือประเทศนั้น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา ศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ไม่มีทั่วไปและเป็นสากลกับสังคมอื่น ๆ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ประเภทของอัตลักษณ์แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่จะใช้แสดงตนส่วนคำว่าเอกลักษณ์ คือ ลักษณะที่เหมือนกันหรือร่วมกัน โดยทั่วไปเอกลักษณ์มักจะถูกใช้งานมากกว่าคำว่าอัตลักษณ์ ซึ่งมีความเข้าใจง่ายและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Department of Industrial Promotion, 2016) สอดคล้องกับ Thiraprapa (2019) กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ คือความเป็นตัวตนที่สะท้อนจากชีวิตประจำวัน หรือวิถี หมายถึงการใช้ชีวิตปกติ ดังนั้น “ทุกสิ่งทุกอย่างที่รายรอบตัว” คืออัตลักษณ์ และอัตลักษณ์ สามารถนำมาเป็นงานออกแบบ อาทิ การสร้างอัตลักษณ์ของที่ระลึกและกราฟิกดีไซน์สะท้อนพื้นถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมองหาสิ่งที่สะท้อนความเป็นพื้นถิ่นที่ไปเที่ยวในแต่ละจุดถือเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์และความประทับใจให้จดจำต่างกัน จึงต้องคำนึงความเป็นตัวตนของเราเองและของพื้นถิ่น เรียกว่า อัตลักษณ์ของพื้นที่ สามารถใช้เป็นต้นทุนได้ทั้งด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ เรื่องเล่าขาน ตำนาน อาหาร วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี การแต่งกาย บ้านเรือน สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน สภาพแวดล้อม ฯลฯ บ่งชี้ว่า “เป็นเรา-ไม่เป็นอย่างอื่น” ดังนั้น นักท่องเที่ยว คือสิ่งที่สำคัญ การเดินทางมาพักผ่อนในท้องถิ่นและได้สัมผัสกับสิ่งที่แปลกแตกต่างจากที่อื่น ทำให้การมาท่องเที่ยวมีเรื่องราวน่าจดจำ เกิดเป็นความประทับใจและ “ของที่ระลึก” เป็นสิ่งช่วยเตือนความทรงจำ ความประทับใจนั้นไว้

#### แนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน

Phukpoo (2022) ได้กล่าวแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญมากโดยเฉพาะในระดับนโยบาย จะเห็นได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่าง โอท็อปนวัตกรรม หรือ OTOP Innovative สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อน คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่อยู่ควบคู่กับการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของโลก เพราะเป็นสิ่งที่สร้างรายได้ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สร้างงาน สร้างอาชีพ ที่ชัดเจน สิ่งสำคัญของกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว คือ ต้องเริ่มจากค้นหาข้อมูลทั้งจากการระดมความคิด การลงพื้นที่เพื่อสำรวจ การลงพูดคุยกับผู้รู้ เจ้าของภูมิปัญญา เจ้าของทรัพยากร ทำความเข้าใจถึงที่มาที่ไปในสิ่งนั้นไปที่ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมวิทยา เป็นต้น โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพราะเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวในตัวผลิตภัณฑ์นั้น และนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเลือกสรรสิ่งที่จะเป็นตัวแทนในการอธิบายความเป็นตัวตนของชุมชนได้ดีที่สุดที่เชื่อมโยงไปได้หลายมิติ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Juntavipat (2012) ได้ศึกษาผ้าทอกับชีวิตคนไทย พบว่า ประเพณีของผ้าทอแบ่งตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการทอ แบ่งตามกรรมวิธีในการทอ ความละเอียดของลวดลาย ความประณีต ความงดงามของลวดลายเส้น ได้มาจากกระบวนการถ่ายทอดกันในครอบครัว รุ่นต่อรุ่น เริ่มตั้งแต่ผู้ทอยังเด็ก ฝีมือและลวดลายการทอจะพัฒนาผ่านประสบการณ์ ระยะเวลาที่บ่มเพาะ โดยผู้ทอเองเกิดอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มทั่วประเทศ ผ้าทอมีความสำคัญสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตและสังคมไทยแต่ละภูมิภาครวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ

Kittikorn, Rachawadee and Sabaitthip (2011) ได้ศึกษาการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมในชุมชนตำบลคูใต้ อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน พบว่า เครือข่ายด้านการท่องเที่ยว มีวางแผนกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการถ่ายทอดองค์ความรู้ในพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยว และเตรียมพร้อมสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะ และวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาในท้องถิ่น เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดขึ้นต่อไป

Pattamawadee (2017) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานวิถีวัฒนธรรมชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า บริบทของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนสวายจิกที่มีเรื่องราวทางวัฒนธรรม มีการสืบทอดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการตีเหล็กมีลายเฉพาะที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นภูมิปัญญาที่มีอายุยาวนานกว่า 100 ปี มีการผลิตผลิตภัณฑ์จากการตีเหล็กอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนในการตีเหล็กเป็นทั้งวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุหรือรูปธรรมและสามารถผลิตสินค้าอื่น ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการได้ ส่วนวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุหรือนามธรรม ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ที่มีผลต่อการตีเหล็กของกลุ่ม ได้แก่ ความเชื่อในเรื่องของการเซ่นไหว้แม่สวานาง จากอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนสวายจิกสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ได้ โดยการใส่ความหมายและเรื่องราวของความเป็นวัฒนธรรมด้านความเชื่อเข้าไปในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วมาปรับปรุงใหม่ปรับเปลี่ยน ดัดแปลงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด มาทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานวิถีวัฒนธรรมของชุมชนมี 3 แนวทางดังนี้ 1) ต้องมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าและควบคุมระบบการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ 2) จัดอบรมให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้ความหมายทางวัฒนธรรมในตัวผลิตภัณฑ์ 3) มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตีเหล็กให้เป็นที่รู้จัก

Somchai (2017) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเชียง พบว่า มีศักยภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดดเด่นมีเอกลักษณ์ แต่ยังขาดการต่อยอดอัตลักษณ์ หรือจุดขายสำหรับนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมต่อยอดในเชิงการตลาดและมาตรฐานแบบครบวงจร ดังนั้นภาครัฐต้องเข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เกิดมูลค่าทางการท่องเที่ยวต่อยอดนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนและมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการนำสังคม-วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มาเป็นข้อมูลสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน และมีคุณค่าต่อไป

คณะทำงานได้กำหนดกรอบแนวคิดของกระบวนการศึกษา ดัง Figure 1

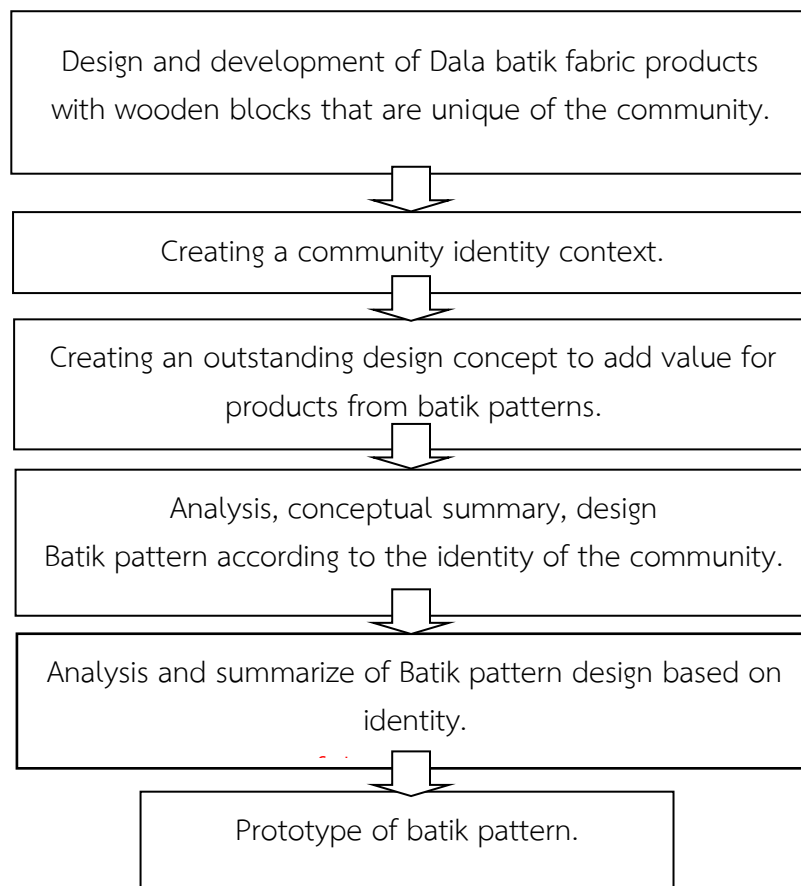


Figure 1 Conceptual Framework

## วิธีดำเนินการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอควนโดน จังหวัดสตูล

(1) ศึกษาเอกสาร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องความเป็นมาของชุมชนควนโดน ค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนควนโดน

(2) การสนทนากลุ่ม เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน ผู้ให้ข้อมูลทำการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกในกลุ่ม จำนวน 4 คน ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม เป็นการระดมความคิดเห็นค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทิวทัศน์วัฒนธรรม เพื่อใช้เป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และจังหวัดนำไปต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

(3) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยการบันทึกในใบรายงานและจดบันทึกตามประเด็นหลัก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างลายผ้าบาติกพิมพ์ลายตามเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอควนโดน จังหวัดสตูลของวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ” มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้ (1) การลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (2) นำอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และจังหวัดสตูล มาถอดแบบลายผ้า (3) นำเสนอแบบลายผ้าบาติก และเลือกแบบลายบาติกพร้อมจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ยกระดับผ้าบาติกพิมพ์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ นำต้นแบบลายผ้าบาติกมาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีลวดลายเอกลักษณ์ของตนเองเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับชุมชน

## ผลการศึกษา

จากการลงพื้นที่สำรวจ เพื่อศึกษาสภาพชุมชน ค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาประจำท้องถิ่นของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล เพื่อนำมาสร้างต้นแบบลายผ้าบาติก และออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Identity) และประจำจังหวัดจากผ้าบาติกที่เหมือนจริงทั้งด้านสีสันทัน และรูปร่างตามแบบที่ได้รับความนิยมชอบจากกลุ่มวิสาหกิจฯ พร้อมจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 ชิ้น ผลการลงพื้นที่และให้คำปรึกษาแนะนำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาสู่สากล จำนวน 4 ครั้ง มีรายละเอียดดังนี้

### การลงพื้นที่เพื่อสำรวจศึกษาสภาพชุมชน ค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาประจำท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล

สภาพชุมชนอำเภอกวนโดน มีเส้นทางสายเชื่อมระหว่างจังหวัดสตูล อำเภอกวนโดนกับรัฐเปอร์ลิส ประเทศมาเลเซีย ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ประกอบอาชีพสวนยางพารา สวนปาล์ม สวนผลไม้ ทำนาปี(ช่วงฤดูกาลของการปลูกข้าวจะมีต้นเทียนน้ำที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ มีดอกสีชมพูสวยงาม) มีจำปาตะ เป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงและนำมาจัดเป็นงานประเพณีประจำปี เรียกว่า งานจำปาตะ และมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทะเลบัน น้ำตกยาโรย น้ำตกโดนปลิว น้ำตกจิ้งหรีด จุดชมวิวยาวบอฮะ เป็นต้น ประกอบกับการมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซียทำให้เกิดตลาดนัดชายแดนวังประจัน

การสำรวจพื้นที่ของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล เพื่อหาอัตลักษณ์บริเวณรอบ ๆ และหาความสัมพันธ์ของชุมชนกับกลุ่มวิสาหกิจฯ โดยได้ร่วมสนทนากับประธานและสมาชิกในกลุ่มและร่วมกันสืบค้นถึงอัตลักษณ์ทั้งในเชิงกายภาพและประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว พบว่า ทางกลุ่มเป็นผู้ผลิตสินค้าจากผ้าปาเต๊ะที่ออกแบบลายผ้าเองและย้อมผ้าสีธรรมชาติจาก จำปาตะและนำมาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุดคือ กระเป๋าเป็นชุด ถือเป็นอัตลักษณ์โดดเด่น ทั้งนี้ยังมีต้นเทียนน้ำที่ขึ้นเองตามธรรมชาติในช่วงฤดูกาลของการปลูกข้าว มีลักษณะของดอกที่สวยงาม เรียกว่า หุ่นเทียนน้ำ ใช้เป็นสถานที่ในการถ่ายปริเวดดิ้ง จุดถ่ายรูปของนักท่องเที่ยว รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวติดเขตชายแดนไทย-มาเลเซีย(ด้านวังประจัน) ผลจากการศึกษาสภาพชุมชนและอัตลักษณ์ของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล คือ ผ้าย้อมสีจำปาตะ แหล่งท่องเที่ยวคืออุทยานแห่งชาติทะเลบัน และดอกเทียนน้ำที่มีความสวยงามในทุ่งนาข้าวและอยู่ใกล้กับภูเขา เป็นวิวที่สวยงาม ดัง Figure 2



**Figure 2** Community survey to find the identity of local wisdom, Khuan Don District, Satun Province

**Source:** Working group, photos taken on January 5, 2021.

### การลงพื้นที่เพื่อการสร้างต้นแบบลายผ้าบาติก

การลงพื้นที่ เพื่อร่วมกับทางกลุ่มวิสาหกิจฯ สร้างแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยมูลค่าเพิ่ม สู่สินค้าคุณภาพสูง โดยการนำแนวคิด เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทูทางวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างต้นแบบลายผ้า ผลการดำเนินงาน จากการวิเคราะห์จึงได้กำหนดอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของอำเภอควนโดน คือ ดอกเทียนน้ำ ที่มีความโดดเด่นตามธรรมชาติ มาเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ในตัวอำเภอสูง คือ จีโอพาร์คและอัตลักษณ์วัฒนธรรมของจังหวัดสตูล คือ ว่าวควาย โดยทำการถอดลายดอกเทียนน้ำ ลายว่าวควายและลายเปลือกหอย เพื่อนำมาออกแบบลายผ้าบาติกที่ผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และวัฒนธรรมของจังหวัด โดยใช้วิธีการต่อลายผ้าให้ได้หลากหลายแบบ เพื่อนำมาสร้างต้นแบบลายผ้าบาติกที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะร่วมกับการทำผ้าย้อมสีจำปาตะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดัง Figure 3

## การสร้างต้นแบบลายผ้าบาติก

ว่าวควาย

จีโอปาร์ค

อัตลักษณ์ท้องถิ่น



Figure 3 Prototyping Batik fabric, Tien Nam flower pattern, buffalo kite and Geopark.

Source: Working group, photos taken on March 5, 2021.

### การลงพื้นที่เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เข้ากับลายที่ได้ออกแบบไว้พร้อมจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design)

การลงพื้นที่ เพื่อร่วมกับทางกลุ่มวิสาหกิจฯ สร้างแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยมูลค่าเพิ่ม สู่สินค้าคุณภาพสูง โดยการนำแนวคิด เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทูนาทางวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลการดำเนินงาน การสร้างแบบลายผ้าบาติก นำสัญลักษณ์การถอดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ดอกเทียนน้ำ (อัตลักษณ์เชิงพื้นที่) จีโอ (อัตลักษณ์ในตัวอำเภอละงู) และว่าวควาย (อัตลักษณ์วัฒนธรรมของจังหวัด) นำมาออกแบบลายผ้าที่นำลายดอกเทียนน้ำผสมผสานกับว่าวควายและเปลือกหอย จำนวน 2 แบบ และนำลายผ้ามาออกแบบโดยใช้วิธีการต่อลายผ้าในผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ผ้าพันคอ เพื่อให้ผู้ประกอบการเลือก 1 แบบ ดัง Figure 4



Figure 4 Designing a new product to match the design that has been designed.

Source: Working group, photos taken on April 24, 2021.

จากการนำเสนอแบบลายผ้าบาติก 2 แบบ ผู้ประกอบการพิจารณาเลือกแบบลายบาติกแบบที่ 1 และแบบลายบาติกนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนพร้อมจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design) ภายใต้ ธีม (Theme) : “ฟ้าริมเล : สตูล” ซึ่งมีแนวคิดในการพัฒนาผ้าบาติกให้มีความทันสมัยโดยมีจุดเด่นของลายผ้าจากอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ อำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Identity) ในการออกแบบลายผ้าจะนำเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและประจำจังหวัดมาใช้เพื่อสร้างเป็นลายเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่จำกัดเพศ (Unisex Item) ในการออกแบบลายผ้าและผลิตภัณฑ์เน้นการสวมใส่ได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ซึ่งลายผ้าสามารถเขียนลวดลายและสีสันทัดตามความต้องการ สามารถทำลายเพิ่มเติมด้วยมือได้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถผสมผสานได้ง่าย (Mixed and Match) รูปแบบเสื้อผ้า และลายผ้า สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันร่วมกับชุดอื่น ๆ เช่น ชุดทำงาน ชุดเที่ยว เป็นต้น โดยเน้นรูปแบบฟรีไซส์ (Free Size) และ ใช้โทนสีจากธรรมชาติ (Color Nature Tone) ผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติกจะเน้นการใช้สีจากธรรมชาติจากดอกไม้ แก่นไม้ ใบไม้ ดิน เป็นต้น ตัวอย่างสี เช่น สีเหลือง จากขมิ้น ไม้ขนุน สีน้ำตาล จากเปลือกมังคุด เปลือกเงาะ เปลือกประดู่ สีชมพูจากแก่นฝาง ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำสรุปแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายมุสลิม ดังนี้

ผลิตภัณฑ์เด่น คือ ผ้าคลุมไหล่ มีแนวคิดในการออกแบบลายผ้ามัดย้อมสีจากจำปาตะที่มีลายเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง

เทคนิคการวางลายผ้าและการเลือกโทนสีในการผลิตผ้า ได้ให้คำแนะนำเรื่องเทคนิคการวางลายผ้า มี 3 แบบ ที่สามารถนำมาวางลายผ้า ประกอบด้วย แบบที่ 1 แบบลายเชิง คือ ลายที่ปรากฏอยู่ตรงช่วงปลายของผ้า ลักษณะลายมักอยู่ตามขอบผ้า เช่น ลายผ้าถุง ลายผ้าซิ่น สามารถใช้แบบลายเชิงกับผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ เป็นต้น แบบที่ 2 แบบลายซ้ำ คือ ลักษณะการวางลายผ้าโดยเว้นช่องเป็นตารางหมากรุก มักใช้ทำเป็นผ้าผืน เช่น ทำผ้าซับในของกระเป๋ กระเป๋าผ้า ผ้าโพกหัว เป็นต้น และ แบบที่ 3 แบบลายฟรีฟอร์ม คือ การวางลายแบบฟรีสไตล์ มักใช้กับลายดอก สามารถวางลายได้ตามใจชอบ มักใช้กับลายที่มีลักษณะธรรมชาติ เป็นลายดอกไม้ ใบไม้ นิยมใช้การวางลายแบบฟรีสไตล์กับเสื้อผ้า หมวก ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น

เทคนิคการใช้โทนสี แนวคิดการใช้สีตามธีม “ฟ้าริมเล : สตูล” ได้แก่ สีท้องฟ้า และสีทั้ง 7 ในสายรุ้ง รวมถึงยังสามารถใช้โทนเหลืองแก่ค่อนน้ำตาล เป็นต้น โดยผู้เชี่ยวชาญแนะนำการจัดกลุ่มโทนสี

ที่สามารถใช้ร่วมกันได้ ดังนี้ กลุ่มที่ 1 สีแดง สีเหลือง สีส้ม กลุ่มที่ 2 สีโทนธรรมชาติ สีเหลือง สีเขียว และสีฟ้า และกลุ่มที่ 3 สีม่วง สีฟ้า สีเขียว

จากข้อมูลดังกล่าวนำมาสู่การดำเนินการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ ดังนี้ ขั้นตอนการจัดทำบล็อกไม้ลายผ้า

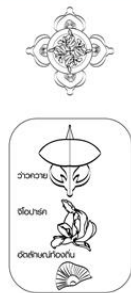
เพื่อสร้างคอลเลกชันผ้าบาติกพิมพ์ลาย ในการสร้างคอลเลกชันนั้น ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการวิเคราะห์และกำหนดอัตลักษณ์ ดังนี้

เอกลักษณ์ลายผ้า

แนวคิด : ว่าวควาย+จีโอพาร์ค+ดอกเทียนน้ำ

บล็อกไม้ลายผ้าที่ได้

ลายผ้าบาติก แบบที่ ๑



การจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายมุสลิม



ด้านหน้า

ด้านหลัง



Figure 5 Scarf product prototype.

Source: Working group, photos taken on April 24, 2021.

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เข้ากับลายที่ได้ออกแบบไว้พร้อมจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design) นำลายผ้าบาติกแบบที่ 1 ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ลายผ้าที่มีลักษณะแบบผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และวัฒนธรรมของจังหวัด ประกอบด้วย ว่าวควาย เปลือกหอยและดอกเทียนน้ำ มาสร้างต้นแบบลายผ้าบาติกและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เข้ากับลายที่ได้ออกแบบไว้ จากนั้นนำลายผ้ามาสร้างเป็น ลายบล็อกไม้ พร้อมทั้งจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ผ้าพันคอ เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design) และส่งมอบลายบล็อกไม้ให้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายมุสลิม นำไปออกแบบเป็น

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้าหรือที่ได้รับความนิยมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ต่อไป ดัง Figure 4-5

การลงพื้นที่ให้ความรู้เรื่องตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์ม (Platform) การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชน

การลงพื้นที่ เพื่อให้ความรู้เรื่องตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ แนะนำถึงวิธีเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ดิจิต็อก เป็นต้น โดยเน้นการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ผ่านการทำเรื่องราว (Storytelling) เทคนิคการสร้าง คอนเทนต์ เทคนิคการถ่ายภาพ เป็นต้น ผลการดำเนินงาน ทางกลุ่มสามารถเข้าใจ และเพิ่มทักษะทางด้านการถ่ายภาพ การสร้างคอนเทนต์ เพื่อให้ความรู้เรื่องตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์มที่จะช่วยเรื่องส่งเสริมการขาย เพื่อให้ทางสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจฯ ขยายฐานความรู้ ความเข้าใจมากยิ่งขึ้นและได้เปิดตลาดใหม่ให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้ออกแบบลายผ้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง มาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างคุณค่าเพียงหนึ่งเดียวให้นักท่องเที่ยวได้แวะซื้อเป็นของฝากและของที่ระลึก ถือได้ว่าอำเภอกวนโดนเป็นชุมชนท่องเที่ยว โดยนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดสตูล เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและจังหวัดสตูลเพิ่มขึ้น ดัง Figure 6



Figure 6 Training to educate about online marketing and Platform (Platform) to the group of community enterprises.

Source: Working group, photos taken on March 10, 2021.

## สรุปและการอภิปรายผล

1. การค้นหาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล จากผลการศึกษา อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของอำเภอกวนโดนคือ ดอกเทียนน้ำ ที่มีความโดดเด่นตามธรรมชาติมาเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ในตัวอำเภอละงู คือ จีโอฟาร์คและอัตลักษณ์วัฒนธรรมของจังหวัดสตูล คือ ว่าวควาย นำแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และวัฒนธรรมของจังหวัดมาออกแบบลายผ้าประกอบด้วย ว่าวควาย จีโอฟาร์คและดอกเทียนน้ำ

2. สร้างลายผ้าบาติกพิมพ์ลายตามเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของอำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล ของวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม ภายใต้แบรนด์ “ดาหลาปาเต๊ะ” ผลการศึกษา โดยการ

ว่าวควาย จีโอพาร์คและดอกเทียนน้ำ นำมาออกแบบลายผ้าบาติกที่ผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และวัฒนธรรมของจังหวัด ภายใต้ชื่อสาย “บุหงาเลรายัง” โดยการนำเสนอแบบลายผ้าให้ผู้ประกอบการพิจารณาเลือก 1 แบบจาก 2 แบบ และนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนพร้อมจัดทำต้นแบบ 3 มิติ (Sketch Design) ผลิตภัณฑ์เด่น คือ ผ้าคลุมไหล่ มีแนวคิดในออกแบบลายผ้ามัดย้อมสีจากจำปาตะที่มีลายเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง

**3. ยกระดับผ้าบาติกพิมพ์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น** ผลการศึกษา การสร้างผลิตภัณฑ์ของแต่ละลายตามแบบที่ออกแบบไว้ใช้ ธีม (Theme) : “ฟ้าริมเล : สดุด” มีแนวคิดในการพัฒนาผ้าบาติกให้มีความทันสมัยโดยมีจุดเด่นของลายผ้าจากอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ อำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Identity) ในการออกแบบลายผ้าจะนำเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและประจำจังหวัดมาใช้เพื่อสร้างเป็นลายเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่จำกัดเพศ (Unisex Item) ในการออกแบบลายผ้า และผลิตภัณฑ์เน้นการสวมใส่ได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ซึ่งลายผ้าสามารถเขียนลวดลายและสีสันทัดตามความต้องการ สามารถทำลายเพิ่มเติมด้วยมือได้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถผสมผสานได้ง่าย (Mixed and Match) รูปแบบเสื้อผ้า และลายผ้า สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันร่วมกับชุดอื่น ๆ เช่น ชุดทำงาน ชุดเที่ยว เป็นต้น โดยเน้นรูปแบบฟรีไซส์ (Free Size) และ ใช้โทนสีจากธรรมชาติ (Color Nature Tone) ผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติกจะเน้นการใช้สีจากธรรมชาติจากดอกไม้ แก่นไม้ ใบไม้ ดิน เป็นต้น ตัวอย่างสี เช่น สีเหลือง จากขมิ้น ไม้ขนุน สีนํ้าตาล จากเปลือกมังคุด เปลือกเงาะ เปลือกประดู่ สีชมพูจากแก่นฝาง นำมาสู่การจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนจริงทั้งด้านสีสันทัดและรูปร่างตามแบบที่ได้รับความนิยมเห็นชอบจากกลุ่มพร้อมทั้งติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กิจกรรมการจัดทำลายผ้า กิจกรรมการจัดทำผลิตภัณฑ์ คำแนะนำสรุปแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายมุสลิม คือ พัฒนาผ้าคลุมไหล่ มีแนวคิดในออกแบบลายผ้ามัดย้อมสีจากจำปาตะที่มีลายเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง และสามารถสร้างผลกระทบ (Impact Factor) ให้กับกลุ่ม ดังนี้ 1) ด้านการผลิต สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด โดยมีลวดลายเอกลักษณ์ของตนเอง 2) ด้านการตลาด มีบล็อกลวดลายใหม่ 1 บล็อก สามารถนำต้นแบบลวดลายไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ สามารถเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้แก่ชุมชน 3) ด้านเครือข่าย ทำให้มีเครือข่ายผู้ประกอบการงานสานที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสตูล เป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นในชุมชนเดียวกันเกิดความสัมพันธ์อันดีในลักษณะคู่ค้า 4) ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ก่อให้เกิดแนวคิดการพัฒนาและเพิ่มรายได้ในอนาคตและมีทักษะความรู้ด้านธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 5) ด้านการท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกับจังหวัดสตูล โดยกำหนดในเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดสตูลให้เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวต้องแวะซื้อของฝากและของที่ระลึกก่อนเดินทางกลับ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 ควรจัดหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการทำผ้าบาติกให้กับชุมชนเนื่องจากยังขาดทักษะ ความรู้ และความชำนาญในการจัดทำลายผ้าบาติกอาจเป็นการจัดการฝึกอบรมระยะสั้น 1-2 วัน
2. ควรส่งเสริมและสนับสนุนโครงการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และทำการเชื่อมโยงกับชุมชนกลุ่มใหม่ ๆ เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมได้

### ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ

1. ควรจัดทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องเพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด
2. ควรส่งเสริมชุมชนให้เกิดการเรียนรู้โดยการนำการคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. ควรมีการจัดทำแบรนด์ชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจของชุมชน

### เอกสารอ้างอิง

- Basic information of Khuan Don District Satun Province, Satun Provincial Office. (2018). Retrieved from [https://www.satun.go.th/amphur\\_content](https://www.satun.go.th/amphur_content)
- Chudhavitapata, W. (2012). *Texttile: Reflexion of Thai Traditions*. (Research project). Dhurakij Pundit University, Bangkok.
- Community Development Department and Community Enterprise. (2021). *General Information of the One Tambon One Product Project*. Retrieved from <https://cep.cdd.go.th> <https://cep.cdd.go.th>
- Community Development Department Ministry of Interior. Community Development Department. (2017). *Concepts and Principles of One Tambon One Product*. Retrieved from <https://cep.cdd.go.th/otop-data>.
- Department of Industry Promotion. (2016). *Creating Identity from Cultural Capital*. Retrieved from <https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/sm-buildingegosteals1>
- Department of Industry. (2016). *Sales and Marketing. How to Create an Identity to be Popular*. Retrieved from <https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/sm-buildingegosteals1>
- Kittikorn, S., Rachawadee, S., & Sabaithip, I. (2011). *Development of Tourism Routes for Participating Learning in Du Tai Sub-district Communities Mueang Nan District, Nan Province*. (Research report. Nan Community College)
- Office of the National Economic and Social Development Council Office of the Prime Minister. (2017). *The 12th National Economic and Social Development Plan 2017-2021*. Retrieved from <https://clib.psu.ac.th/images/ratana/APA-6-edition.pdf>

- Pattamawadee, W. (2017). A Study of Community Product Identity on the Basis of Sawayjeek Community Culture. Muang District, Buriram Province. *Interdisciplinary Management Journal, Buriram Rajabhat University*, 1(2), 21-29.
- Phukpoo, W. (2020). Community products for tourism. Retrieved from [www.randdcreation.com/content/4738/ Community Product Development - for Tourism](http://www.randdcreation.com/content/4738/Community-Product-Development-for-Tourism).
- Somchai, S. (2017). *The Study of an Additional Value a Community Based Tourism, the Case Study of Ban Chiang, Udon thani. Economy, National Defense College*. National Defense Studies Institute. Retrieved from [http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc\\_pr/ndc\\_2560-2561/8541e.html](http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/8541e.html)
- Thiraprapa, P. (2019). Souvenir Identity and Graphic Design Reflects the Local Area. Retrieved from <https://www.fengshuimee.com/bundanthai-thaidesign>
- Thongprasert, N., Chotwanich, P., & Kasemsuk, S. (2019). Product Development to Premium OTOP by Using Cultural Capital and Local Wisdom: A Case Study of Natural Dyne Silk of Hua Muang Weaving women group, Mahachanachai, Yasothon. *Journal of Graduate School, Pitchayat*, 15(1), 95-108.