

บทความที่ :
Article : **19**



การพัฒนารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน
บ้านประทุน ตำบลเตล อำเภอกีษราภูมิ จังหวัดสุรินทร์
Product Development based on The Creative
Economy Concept in to Value – Added of
Pratoon Community, Surin

อภิชา พรเจริญกิจกุล* และ รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม**

Apicha Pornjaroenkun and
Ratchadaporn Ketanon Neawheangtham

* คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร [Faculty of Education, Silpakorn University]

** คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร [Faculty of Education, Silpakorn University]; E-mail : kimketanon@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การพัฒนารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านประทุน จังหวัดสุรินทร์เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยใช้วิธีการวิจัยผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบผลิตภัณฑ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน ได้รูปแบบ “BAN PRATOON Model” ประกอบด้วย องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ระดมความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ (B = Brainstorm product development) กำหนดราคา (A = Appraise) สร้างเครือข่ายเพิ่มช่องทางการค้า (N = Networking) สร้างศักยภาพให้ชุมชน (P = Potentiality Community) ยกระดับการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น (R = Raising Knowledge) ความช่วยเหลือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (A = Assistance from Local Administrative Organization) นำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ (T = Technologies) ศูนย์กระจายสินค้า (O = Outlet to customers) สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ (ON = Opportunity & New Market) โดยผ่านการรับรองรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญอันนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่ได้ประยุกต์ขึ้น กลุ่มผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านประทุนสามารถนำรูปแบบไปสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้

คำสำคัญ : เศรษฐกิจสร้างสรรค์; การสร้างมูลค่าเพิ่ม; การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

This research aims to product development based on the creative economy concept in to value – added for Ban Pratoon community, Surin Province which used the research and development process including quantitative and qualitative methodologies. The results of the study revealed that The product value-added model of hand-woven based on the concept of creative economy of the Ban Pratoon community were “BAN PRATOON Model” to development 9 Contains 9 elements, separated internal factors as following, BAN PRATOON Model Include Brainstorm product development, Appraise, Networking, Potentiality Community, Raising Knowledge, Assistance from Local Administrative Organization, Technologies, Outlet to customers Opportunity & New Market which the Model approved by expert. Finally, the members hand-woven silk is Ban Pratoon community should be using the model development of the product value-added model of hand-woven based on the concept of creative economy.

Keywords: Creative Economic; Value-Added; Product Development

บทนำ

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และ เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้ โดยการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือ แม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิงเป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถ และทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการ นำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน John Howkins (2001) ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) ซึ่งพบได้ทั่วไปในภาวะปัจจุบัน ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศหลายประเทศได้นำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยมีแนวทางดังกล่าวขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานแนวคิดดังกล่าว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ภาครัฐพยายามปรับโครงสร้างทางการกระตุ้นชุมชนเข้มแข็งด้วยการพึ่งตนเองและให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นในประเทศไทยสามารถแข่งขันบนเวทีประชาคมโลกได้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาฐานรากด้วยแผนนโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรี ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ

“เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น จากแนวคิดของรัฐบาลดังกล่าวในยุคปัจจุบัน หลายๆ กลุ่มอุตสาหกรรมเริ่มมีแนวทางในการใช้เทคโนโลยีที่สามารถขับเคลื่อนการผลิตให้หลากหลายขึ้น อุตสาหกรรมการทอผ้าไหมก็เช่นเดียวกัน นอกจากการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าไหมดังกล่าว ในปัจจุบัน ชุมชนทอผ้าไหมทั่วไปได้มีการประยุกต์การทอผ้าไหมให้มีการผลิตและมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่หลากหลาย บนพื้นฐานการตอบสนองตามแนวทางนโยบายของภาครัฐ การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของกลุ่มชุมชนบ้านประทุน จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2547 ตามที่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทรงสนับสนุนกลุ่มทอผ้าทั่วทุกภาค ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของกลุ่มชุมชนบ้านประทุน อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เกิดจากภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษในด้านการทอผ้าไหม ความรู้จากการถ่ายทอดดังกล่าวสามารถสืบสานพร้อมทั้งนำนวัตกรรมการสืบสานภูมิปัญญาที่ได้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณค่าทางทางด้านภายในจิตใจและภายนอกพบว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ของชุมชนบ้าน ประทุนมีเอกลักษณ์ด้วยการทอมือที่โดดเด่น สวยงาม และมีความประณีต ผ้าไหม ทอมือบ้านประทุนจึงถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นในผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของกลุ่มชุมชนบ้านประทุนได้สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์การสืบทอดนวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษในท้องถิ่นมาอย่างยาวนานผ่านการสืบสานของภูมิปัญญาให้คงอยู่บนความภาคภูมิใจของคนในชุมชนและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของกลุ่มชุมชนบ้านประทุนในปัจจุบันเป็นสินค้า OTOP ประจำตำบลของอำเภอศีขรภูมิอีกด้วย

จากการแข่งขันทางด้านการผลิตตามการค้าแบบเสรีในประชาคมโลกยุคปัจจุบัน ได้ส่งผลให้กลุ่มชุมชนทอผ้าไหมทั่วไปต้องมีการปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ และดำเนินการกลุ่มอย่างยั่งยืน อุปสรรคในพัฒนารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของกลุ่มชุมชนบ้านประทุนที่พบ ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอ

มือชุมชนบ้านประทุนยังมีอุปสรรคในด้านกระบวนการผลิตยังไม่สามารถผลิตสินค้าจำนวนที่มากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ยังขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมจึงส่งผลให้การผลิตยังไม่เพียงพอและหลากหลายทันต่อความต้องการของลูกค้า และสินค้ารวมถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านประทุนยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในภูมิภาคอื่น หรือในระดับประเทศ

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุนตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ยังไม่ปรากฏเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เนื่องจากการผลิตเพื่อจำหน่ายมีระดับที่สมดุลกัน คือ ผลิตได้ตามคำสั่งซื้อ อย่างไรก็ตาม ชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน พยายามส่งเสริมให้มีการผลิตผ้าไหมที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิมและ ลวดลายของผ้าไหมให้เกิดความหลากหลาย มากขึ้น แต่ในทางปฏิบัติยังมีไม่มากนัก ชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุนจึงมีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการให้ผู้เชี่ยวชาญได้เพิ่มพูนความรู้ด้านต่างๆ แก่สมาชิก โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งสามารถพัฒนาให้กลุ่มผ้าไหมทอมือชุมชนมีศักยภาพในการแข่งขันท่ามกลางกระแสเศรษฐกิจเสรีในยุคปัจจุบัน (กิตติธันต์ ญาณพิสิษฐ์, 2550 : 172)

จากแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้เป็นทุนทางสังคมให้เกิดคุณภาพอย่างแท้จริง หากมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านประทุน ตำบลเตล อำเภอกีราษฎร์ จัหวัดสุรินทร์เพื่อเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้รากฐานทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งของชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นทุนทางสังคมในการพัฒนาท้องถิ่นดำรงอยู่อย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพบริบททั่วไปของชุมชนและความคิดเห็นของชุมชนต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านประทุน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน
3. เพื่อทดสอบรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
4. เพื่อประเมินและปรับปรุงรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลทั้งเครื่องมือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ แบ่งการดำเนินการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย(Research : R1)เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา ศึกษาวิเคราะห์บริบทชุมชนและความคิดเห็นในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อสอบถามบริบทของชุมชนและความคิดเห็นของชุมชนต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านประทุน กลุ่มประชากรคือ กลุ่มชาวบ้านในชุมชนบ้านประทุน จำนวน 538 คน (งานทะเบียนราษฎร องค์การบริหารส่วนตำบลเตล) กลุ่มตัวอย่าง 229 คน โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน (Yamane,1967:583) (โดยมีค่า IOC 1.00 ค่าความเชื่อมั่น 0.957) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth interview) กับประธานชุมชนและกลุ่มตัวแทนสมาชิกชุมชนจำนวน 10 คน

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development : D1) เป็นการออกแบบและพัฒนา (Design and Development : D and D) เป็นการออกแบบและพัฒนา รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนผ้าไหมบ้านประทุน ผ่านการรับรองรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรับรองรูปแบบโดยผลการรับรองรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า รูปแบบที่สร้างสรรค์ขึ้นมา ผ่านในเกณฑ์ความเหมาะสมมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัย (Research : R2) เป็นการนำไปทดสอบ (Implementation : I) โดยใช้วิธีการอบรม โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1. การเตรียมตัวก่อนการอบรม เป็นการประสานความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบลเตลุตและสอบถามความต้องการของผู้นำชุมชนและกรรมการของชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุนต่อการจัดอบรม ระยะที่ 2 ขึ้นก่อนการอบรม เป็นการประสานการติดต่อวิทยากรจากกรมพัฒนาชุมชนในการอบรมหลักสูตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้เกิดมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ระยะที่ 3 การอบรมกลุ่มสมาชิกผ้าไหมทอมือบ้านประทุน ระยะที่ 4. การประเมินผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ผลการรับรองผลิตภัณฑ์สินค้าผ่านในเกณฑ์มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา (Development : D2) เป็นการประเมินผล และปรับปรุงรูปแบบ (Evaluation : E) โดยการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมา (Product Testing) กับประชากรกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมา และการสะท้อนแนวคิดของผู้อบรมหลังจากที่ได้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดเพื่อเป็นข้อมูลในการสรุปผลรายงาน และเผยแพร่รูปแบบต่อไป

สรุปผลการวิจัย

จากผลการพัฒนาทำให้ได้รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านประทุน (BANPRATOON MODEL) โดยมีองค์ประกอบย่อย 9 ส่วนดังนี้

1. B = (Brainstorm product development) ระดมความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การระดมความคิดจากกลุ่มชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน ในการคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชน เพื่อให้เกิดการยอมรับของลูกค้า และเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มชุมชนเพิ่มขึ้นด้วย

2. A = (Appraise) การกำหนดราคา หมายถึง การกำหนดราคาสินค้า ตามประเภทชนิดของสินค้าผ้าไหม อย่างชัดเจน ตามกระบวนการผลิต และขั้นตอนในการผลิตผ้าไหม

3. N = (Networking) สร้างเครือข่าย เพิ่ม ช่องทางการค้า หมายถึง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4. P = (Potentiality Community) สร้างศักยภาพให้ชุมชน หมายถึง การพัฒนาสมาชิกในชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุนให้เกิดศักยภาพ ได้มีองค์ความรู้เพิ่มเติม สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญในการพัฒนาชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน

5. R = (Raising Knowledge) ยกระดับการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึงการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ โดยการสร้างระบบในการจัดเก็บสินค้า ช่องทางการจำหน่ายผ้าไหมทอมือของชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น

6. A = (Assistance from Local Administrative Organization) ความช่วยเหลือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการสนับสนุนต่อแนวทางในการพัฒนาของชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน ในแนวทางการช่วยกำหนดกลยุทธ์ และช่วยประสานด้านการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับชุมชน

7. T = (Technologies) นำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมา ประยุกต์ หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนารูปแบบเพื่อสร้างความสะดวก และเอื้อต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านประทุน

8. O = (Outlet to Customers) ศูนย์กระจายสินค้า หมายถึงการจัดสถานที่ในชุมชนบ้านประทุน เพื่อเป็นศูนย์การจัดเก็บผ้าไหม จำหน่ายผ้าไหมและกระจายส่งผ้าไหมไปยังลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือบ้านประทุน

9. ON = (Opportunity & New Market) หมายถึง การสร้างโอกาสในการจำหน่ายผ้าไหม การหาตลาดและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านประทุนให้เติบโตเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

ผลการวิจัยระบุว่าชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุนสามารถเรียนรู้ เข้าใจ รูปแบบและแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการประยุกต์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ เป็นการผสมผสานระหว่างการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของบ้านประทุน ที่ส่งผลกระทบต่อประกอบ ที่มีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับแนวทางในการพัฒนาทั้ง 9 องค์ประกอบ 1.ระดมความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2.การกำหนดราคา 3.การสร้างเครือข่าย 4.การสร้างศักยภาพให้ชุมชน 5.การยกระดับสินค้า 6.ความช่วยเหลือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7.การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ 8.การจัดศูนย์กระจายสินค้า และ 9.การหาตลาดใหม่ รวมถึงการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการนำเศษผ้าไหมมาใช้ในการแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จากรูปแบบการจำหน่ายแบบเก่าของชุมชนผ้าไหมบ้านประทุนที่มีการจำหน่ายผ้าไหมเป็นผืนๆ ได้มีการนำแนวคิดรูปแบบ “BAN PRATOON Model” มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวความคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ระบุว่ามีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการทำงานโดยไม่เพิ่มต้นทุนแต่สามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างความน่าสนใจของสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น อาคม เติมพิทยาไพสิฐ (2554) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

ข้อเสนอแนะ

1) ควรมีหน่วยงานภาครัฐ และหรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือในเบื้องต้น เพื่อช่วยให้การวางแผนการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยองค์ประกอบทั้ง 9 ปัจจัย ในขณะที่ปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นความต้องการของคนในชุมชนคือ เทคโนโลยี ควรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อให้ความช่วยเหลือออกแบบเครื่องมือที่ตรงกับความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือตามแนวความคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

2) ผู้นำชุมชนผ้าไหมทอมือบ้านประทุน และผู้นำระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เปรียบเสมือนต้นน้ำ ควรมีบทบาทในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน การของบประมาณสนับสนุน การกู้ยืมกองทุน เพื่อใช้ในการพัฒนารูปแบบในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยหน่วยงานระดับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่เสมือนกลางน้ำ ด้วยการส่งเสริม สร้างงาน การจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา วิทยากรในหัวข้อการออกแบบ สร้างสรรค์งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในขณะที่หน่วยงานทั้งภาครัฐส่วนภูมิภาคและหน่วยงานภาคเอกชนภาคเอกชนทำหน้าที่เสมือนปลายน้ำ คือบทบาทด้านการตลาดตามแนวความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยหลักการนำสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มรดกทางวัฒนธรรม สู่การตลาดจนเป็นที่ยอมรับสู่สากลมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ ลิ้มสกุล. (2553). “เส้นทาง OTOP สู่ OVOP เคล็ดลับสู่ความสำเร็จ.”
บิลินสไทย. (ออนไลน์) สืบค้นจาก <http://www.arip.co.th/business news.php?id=410058>, เข้าถึงเมื่อ 1 สิงหาคม 2553.
- กิตติธันต์ ญาณพิสิษฐ์. (2560). สถานภาพอุปถัมภ์อิสานศึกษา : อดีตจนถึง
ปัจจุบัน. วารสารการบริหารปกครอง, 6 (กันยายน 2560): 155 – 173.
- เขตรัฐ พ่วงธรรมรงค์. (2553). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าจาก
กรณีศึกษาจังหวัดราชบุรี. ราชบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้าน
จอมบึง.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บำเพ็ญ เมืองมูล. (2551). กระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
สตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบ
อิสระ หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิตสาขาส่งเสริมการเกษตร
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรียา เพชรพราว. (2557). “กระบวนการในการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อ
ยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ระดับสากลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบล
ดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.” วารสารวิชาการ Veridian
E-Journal, 7 (1) : 375.
- พิมล ศรีวิกรม์. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตน์ลวดิ์ โปสุวรรณ และวิศาล บุญประกอบ. (2553). การพัฒนารูปแบบ
ผลิตภัณฑ์มีดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายด้วยวิธี E-commerce:
ชุมชนบ้านใหม่สร้างความเข้มแข็งผลิตภัณฑ์. เพชรบูรณ์ :
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ศิษฐ์ ถือนาม. (2555). การพัฒนาตลาดตากแห้งบนเครื่องปั่นดินเผา
ห้วยวังนองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม. เลย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

- สุทธา สายวาณิชย์. (2554). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเศรษฐกิจชุมชน เข้มแข็ง**. กรุงเทพฯ : สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . (2552). **รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy**. กรุงเทพฯ ฯ : บี.ซี. เพรส (บุญชิน).
- อภิสิทธิ์ ไส้ตู่โรไกล. (2554). “จากเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทางออกใหม่ของการ พัฒนาเศรษฐกิจ.” เอกสารประกอบการสัมมนา และประชุมเชิงปฏิบัติการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับประเทศ ภายใต้ แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 ครั้งที่ 1 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอน เวนซ์, 17 มกราคม. เข้าถึงเมื่อ 19 กรกฎาคม 2554.เข้าถึงได้จาก <http://www.ipthailand.go.th/seminars/download/bkk/bkk01Apisit.Pdf>.
- Donna Ghelfi , “Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy : An Interview with John Howkins”.
- John Howkins. (2001). “The Creative Economy : How People Make Money from Ideas ”.
- Kotler, P. & Gary A. (2007). **Marketing An Introduction**. 8th ed. Pearson Education : Prentice - Hall.
- Nilason, T.H. (1992). **Value-Added Marketing Marketing**. London: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1967). **Statistics ; an Introductory Analysis**. 2nd ed. New York: Harper and Row.

Translated Thai References

- Bosuwan, R. and Wisarn, B. (2011). **The Product and the Selling Channel (E-commerce) Development of the Ban Mai Community Knife**. Phetchabun : Phetchabun Rajabhat University.
- Laisatrulklai, A. (2011). “From the creative economy to the creative industries. A new way of economic development.” Paper presented at the Seminar and workshop on creative economy, national level under the Thai strong 2555 No.1. at the Miracle Grand Convention Hotel. January, 17. Accessed July 19. Available from <http://www.ipthailand.go.th/seminars/download/bkk/bkk01Apsit.Pdf>
- Leunam, S. (2012). **A development Decoration Motifs on Pottery of Huivungnong for Added Value**. Loei : Loei Rajabhat University.
- Meaungmool, B. (2008). **Learning Processing Product Development of Ban Tunphung Women Cooperative Group, Mueang District, Lamphun Province**. Independent Study, Master of Science Agricultural Extension, Chiang Mai University.
- Office of the National Economic and Social Development Board and Thailand Creative & Design Center. (2009). A report on the creative economy. Bangkok: B.C. Press.
- Patpraw, P. (2014). “The Process of the creative economy to raise OTOP products to the international level of Tambol Don Tum, Banglen District, Nakhonpathom Province.” **Veridian E-Journal** 7, 1 (January-April) : 375.

- Poengtrummarong, K. (2010). **The Creation of Additional Cost of Jok Product Ratchaburi Case Study**. Ratcha Buri : Muban Chombueng Rajabhat University.
- Saivanich, S. (2011). **Community Product Development to Add Value and Strengthen Community Economy.**” The National Defence College.
- Sittisakrai, C. (2010). **Consumer Behavior**. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Srivikorn, P. (2009). **Consumer Behavior**. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Yanpisit, K. (2017). The Status of Isan Mural Studies : Past to Present. **Governance Journal**, 6 (September 2017): 155 – 173.