Ratchaphruek Journal Vol.13 No.2 (May - August 2015) 41-49
วารสารราชพฤกษ์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2558) 41-49

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

Creative Economy Strategy for Manual Skill and Handicraft Community Products

มัลลิกา คงแก้ว [1], ประกอบ ใจมั่น [2] และศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ [3]*
Manlika Khongkaew [1], Prakob Jaiman [2] and Siwalrit Pongsakornrungsilp [3]*

ABSTRACT

The objectives of strategies in creative economy for manual skill and handicraft community product are 1) to analyze the components and guidelines of strategy, 2) to develop the strategy and 3) to evaluate the outcome of using strategy. To develop strategy, pilot test strategy, evaluate strategy and disseminate strategy were studied, the components and guidelines of strategies have been found and formulated into six aspects; which are, branding, qualifications of products, packaging, material, appearance, and story of products. The guidelines of strategies consist of current situation analysis to formulate preliminary strategy, vision, mission, goals, strategy and indicators. The development achieves participatory action strategy, using knowledge in product development, network system development, emphasizing art and culture identity from local wisdom and products which respond to marketing need. The indicator evaluation discovers new product can be mixed with weaving and embroidery clothes art used in religious activities. New product has contemporary image according to world heritage trend which is clothes for prostrating monks (Pha-Krab-Phra). In evaluating the strategy displays strongly agreeable in the benefit and possibility aspects, and totally agreeable in the appropriate and exactness aspects.

Keywords: Strategy, Creative Economy, Manual Skill and Handicraft

[1] *นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช 80280*
Ph.D. student in Administration of Innovation for Development Program, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat 80280, Thailand
[2] *คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช 80280*
Faculty of Education, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat 80280, Thailand
[3] *สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ นครศรีธรรมราช 80161*
Faculty of Management Sciences, Walailak University, Nakhon Si Thammarat 80161, Thailand
**Corresponding anther, e-mail: malica_2011@hotmail.com*

บทคัดย่อ

กลยุทธ์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินการกลยุทธ์ พัฒนากลยุทธ์และประเมินประสิทธิผลการใช้กลยุทธ์ การพัฒนากลยุทธ์ดำเนินการโดยวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินกลยุทธ์ พัฒนากลยุทธ์ ทดลองใช้กลยุทธ์ ประเมินผลกลยุทธ์และเผยแพร่กลยุทธ์

ผลการวิจัยพบว่า มีองค์ประกอบตราสัญลักษณ์ คุณสมบัติ บรรจุภัณฑ์ วัสดุ รูปทรงและเรื่องราวที่มา แนวทางการดำเนินกลยุทธ์ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน เพื่อกำหนดกลยุทธ์เบื้องต้น กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย มาตรการและตัวชี้วัด การพัฒนาได้กลยุทธ์การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม การใช้องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบเครือข่าย การเน้นเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด การประเมินผลตัวชี้วัดได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผสมผสานศิลปะทอผ้ากับการปักผ้าเพื่อใช้ในกิจกรรมทางศาสนา มีรูปลักษณ์ร่วมสมัยตามแนวโน้มการเป็น มรดกโลกเป็นผลิตภัณฑ์ผ้ากราบพระ การประเมินการใช้กลยุทธ์พบว่าด้านประโยชน์เห็นด้วยมาก ด้านความเป็นไปได้เห็นด้วยมาก ด้านความเหมาะสมเห็นด้วยมากที่สุด และด้านความถูกต้องเห็นด้วยมากที่สุด

คำสำคัญ : กลยุทธ์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมการสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ ในประเทศไทยได้จัดประเภทโดยยึดรูปแบบอย่าง UNCTAD เป็นกรอบและปรับเพิ่มเติมกำหนดโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ของไทย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้แบ่งประเภทเป็น 4 กลุ่มหลัก 15 กลุ่มย่อย (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2553: 29) งานฝีมือและหัตถกรรมถือเป็นกลุ่มย่อยในกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) ได้ให้ความหมายของงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) ไว้ว่าประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์งานจักสาน ถักทอ เครื่องใช้ในการเดินทางจากหนัง ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนจากไม้ ดอกไม้ใบไม้ประดิษฐ์ เซรามิกที่ใช้วิธีผลิตด้วยมือ เครื่องประดับ โลหะมีค่า เพชร พลอยเจียระไนหรือเพชร พลอยร่วง

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาขึ้นใหม่เป็นการนำคุณค่าที่เคยมีมาดัดแปลงพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่โดยยังมีความดั้งเดิมหลงเหลืออยู่ การนำภูมิปัญญามาสร้างสรรค์ใหม่และการเรียบเรียงใหม่ ทบทวน ดัดแปลง ประยุกต์ภูมิปัญญาด้วยความคิด เทคนิคและกระบวนการ (อาภาพรรณ ชนานิยม. 2556) จากงานวิจัยจารุพร มีทรัพย์ทอง (2550) พบว่าปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีระบบการจัดส่ง การอบรมวิธีการรูปแบบสีสันใหม่ ความช่วยเหลือจากภาครัฐในการประชาสัมพันธ์และการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นอนุรักษ์ภูมิปัญญา ใช้วัสดุธรรมชาติ สีสรรและกรรมวิธีการแบบดั้งเดิมเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน การบริหารจัดการกลุ่มให้สามารถดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแข่งขันได้ ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมการทอผ้านั้นพบว่าต้องมีการปลูกฝังค่านิยมและสร้างความตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม พัฒนาบุคลากรในการทอผ้าให้มีความรู้ในเรื่องรูปแบบต่างๆ จัดระบบเครือข่าย จัดหลักสูตรท้องถิ่น การพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย (สรังสี แก้วพิจิตร. 2551)

จากงานวิจัยการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มตามบริบทของแต่ละพื้นที่ ซึ่งยังไม่มีการพัฒนากลยุทธ์ที่เป็นภาพรวมสามารถปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทที่แตกต่างกันได้ เพื่อให้การดำเนินงานทางด้านกลยุทธ์ได้เกิดผลในทางปฏิบัติ ส่งผลให้เกิดการยกระดับการพัฒนาคุณภาพธุรกิจชุมชนและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับรากหญ้า งานวิจัยนี้จึงประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ให้เกิดแนวคิดการนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทอื่น โดยอาศัยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผลิตในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์

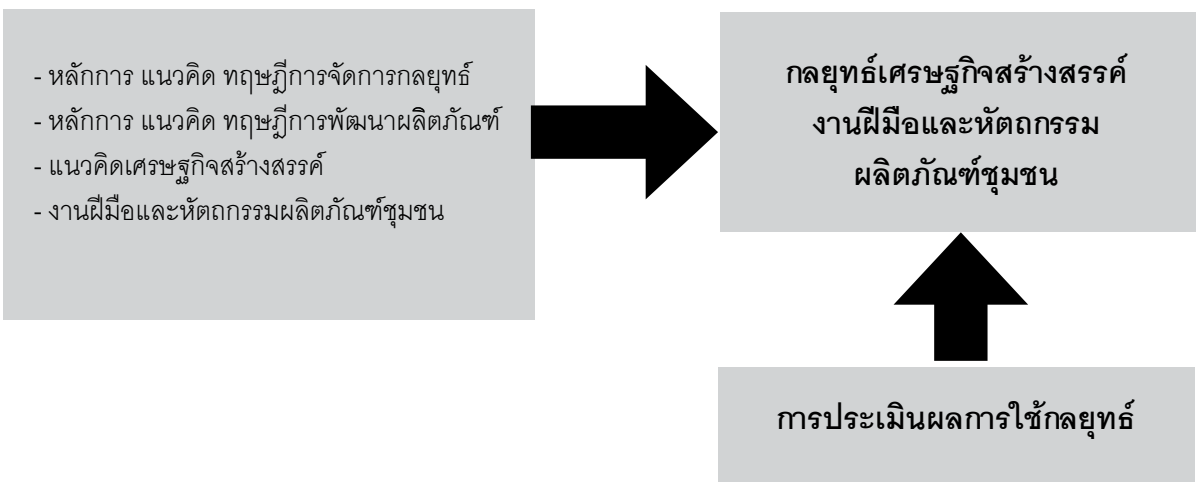
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีวัตถุประสงค์รอง 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์และแนวทางดำเนินการของกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) เพื่อทดลองใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) เพื่อประเมินประสิทธิผลการใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

1. เนื้อหา ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วยแผนกลยุทธ์ด้านตราสัญลักษณ์ ด้านคุณสมบัติ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านวัสดุ ด้านรูปทรงและด้านเรื่องราวที่มา

2. พื้นที่ ขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยประกอบด้วย กลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ระยะเวลา ขอบเขตระยะเวลาใช้ในการดำเนินการทดลองในปี 2556 ใช้ระยะเวลา 3 เดือน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้นำหลักการ แนวคิด ทฤษฎีการจัดการกลยุทธ์ วิธีการสร้างทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ พิจารณาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน ใช้ในการพิจารณาว่าองค์กรมีจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรคขององค์กร (วิชิต อู่อ้น. 2551: 130-132) มาใช้ในการดำเนินการให้ได้มาซึ่งวิธีการเชิงกลยุทธ์เพื่อนำสู่การปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การนำกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นแนวนโยบายของภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ประเภทงานฝีมือและหัตถกรรม รากฐานความคิดสร้างสรรค์มาจากทุนทางวัฒนธรรมซึ่งก็คือทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมสืบทอดกันมาและยังดำรงอยู่โดยมีแนวคิดการ พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน (ณรงค์ชัย อัครเศรณี. 2555 : 76)

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยในกระบวนการวิจัยอาศัยระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) การพัฒนากลยุทธ์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดำเนินการวิจัย 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินการกลยุทธ์ดำเนินการโดย 1) การวิเคราะห์เอกสารและการสังเคราะห์งานวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบวิเคราะห์เอกสาร แบบสังเคราะห์งานวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้สรุปเนื้อหาโดยวิธีการแจงนับและสรุปผลเชิงพรรณนา 2) การศึกษาเชิงสำรวจโดยวิธีการสนทนากลุ่มเพื่อนำข้อมูลสภาพปัจจุบันมาวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์และแนวทางดำเนินกลยุทธ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำนวน 5 กลุ่ม ใช้การเลือกแบบเจาะจงโดยมีเกณฑ์ดังนี้ มีความต้องการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดำเนินงานมีคณะกรรมการบริหารงานกลุ่ม ได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับ 5 ดาว กลุ่มที่สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และเป็นกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสรุปผลตามองค์ประกอบและแนวทางดำเนินกลยุทธ์ 3) จัดทำร่างกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนกระบวนการจัดทำร่างกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกลุ่มโดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix ประกอบด้วย จำแนกสภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การจำแนกสภาพแวดล้อมภายนอก การให้ค่าคะแนนสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก สรุปผลสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก สรุปผลกลยุทธ์และกำหนดกลยุทธ์เบื้องต้น

ระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ประกอบด้วย 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ท่าน ใช้เครื่องมือคือร่างกลยุทธ์และแบบสัมภาษณ์จากนั้นจึงนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร่างกลยุทธ์การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ตารางปรับปรุงกลยุทธ์ 2) การจัดเวทีเสวนาการพัฒนากลยุทธ์ กลุ่มผู้เข้าร่วมเวทีเสวนาประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 5 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค ตำบลขอนหาด อำเภอชะอวด กลุ่มทอผ้าบ้านเนินธ้มมัง สาขาบ้านบางงู ตำบลแม่เจ้าอยู่หัว อำเภอเชียรใหญ่ กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน ตำบลท่าจิ้ว อำเภอเมือง กลุ่มจักสานย่านลิเพาบ้านหมน ตำบลท่าเรือ อำเภอเมือง กลุ่มผ้าบาติกสำเภาทอง ตำบลท้ายสำเภา อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช นักวิชาการ นักออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวนรวม 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลใช้แบบบันทึกการเสวนา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ตารางการปรับปรุงจากข้อสรุปการเสวนา 3) การตรวจสอบแผนกลยุทธ์โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านเพื่อปรับปรุงแผนกลยุทธ์ใช้กลยุทธ์ที่ได้ในระยะที่ 1 และแบบสัมภาษณ์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ตารางการปรับปรุงแผนกลยุทธ์จากการตรวจสอบ

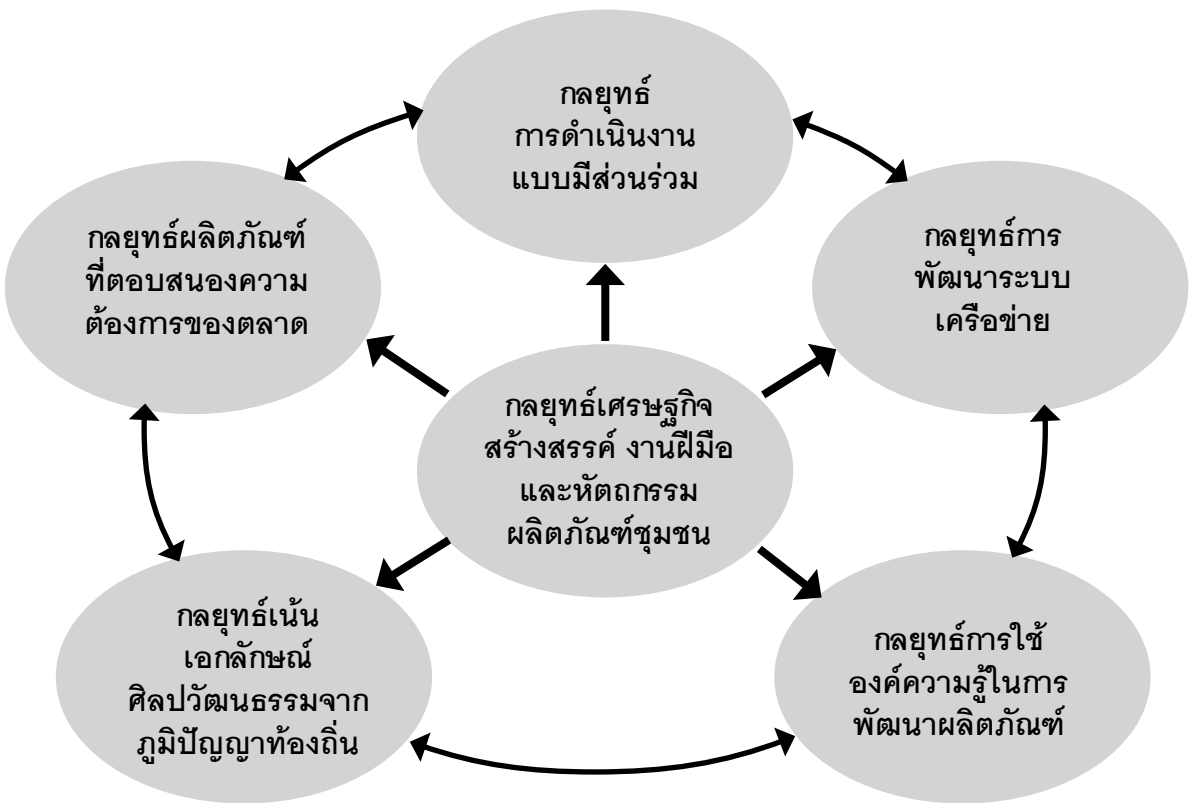
ระยะที่ 3 ทดลองใช้กลยุทธ์เพื่อหาคุณภาพปรับปรุงครั้งที่ 1 เลือกกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อดำเนินการ เป็นการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์โดยการประชุมระดมสมองกลุ่มสัมพันธ์เพื่อปรับปรุงแผนกลยุทธ์ครั้งที่ 1 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สมัครใจเข้าร่วมทดลองใช้กลยุทธ์ 1 กลุ่ม ใช้เครื่องมือเป็นแบบบันทึกการประชุมระดมสมองระหว่างนักออกแบบผลิตภัณฑ์กับสมาชิกกลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สรุปผลการประชุมมาตีความตามกลยุทธ์ที่ได้จากการพัฒนาในระยะที่ 2 นำสู่การปฏิบัติตามกลยุทธ์ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

ระยะที่ 4 ประเมินผลการทดลองใช้กลยุทธ์เพื่อหาคุณภาพปรับปรุงครั้งที่ 2 ประเมินผลใน 2 ลักษณะได้แก่ ประเมินผลกลยุทธ์ตามตัวชี้วัดและประเมินผลการใช้จากสมาชิกกลุ่มทดลองใช้จำนวน 30 คนในด้านประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสมและความถูกต้อง ใช้แบบสอบถามการใช้กลยุทธ์โดยจำแนกตามกลยุทธ์และมาตรการเพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยตามสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล Likert Scale อยู่ในรูปแบบคะแนนเฉลี่ย

ระยะที่ 5 การเผยแพร่กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน นำกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงแล้วเผยแพร่กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นำสรุปผลวิธีการจัดทำกลยุทธ์ที่ได้รับการปรับปรุงแล้วมอบให้กลุ่มผลิตที่ร่วมพัฒนากลยุทธ์จำนวน 5 กลุ่ม องค์การบริหารส่วนตำบลที่กลุ่มผลิตตั้งอยู่ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอที่กลุ่มผลิตตั้งอยู่และเผยแพร่เป็นบทความเชิงวิชาการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในระยะที่ 1 ได้ร่างกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์



ภาพที่ 2 สรุปผลกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

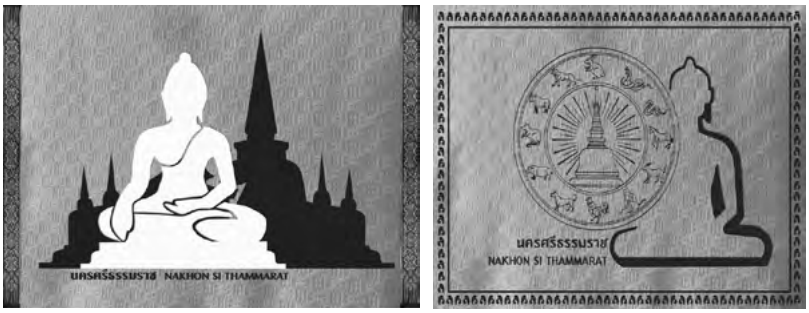
ผลการวิจัยในระยะที่ 2 การใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงกลยุทธ์ตามองค์ประกอบผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงกลยุทธ์

ปรับกลยุทธ์ / องค์ประกอบ	มีส่วนร่วม	องค์ความรู้	เครือข่าย	ภูมิปัญญา	ความต้องการตลาด	สัดส่วนความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ	ร้อยละ
ตราสัญลักษณ์		✓		✓	✓	3	60
คุณสมบัติ	✓	✓	✓	✓	✓	5	100
บรรจุภัณฑ์		✓	✓		✓	3	60
วัสดุ		✓	✓	✓		3	60
รูปทรง	✓	✓		✓	✓	4	80
เรื่องราว		✓		✓	✓	3	60

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละองค์ประกอบผลิตภัณฑ์นำไปเชื่อมโยงเป็นกลยุทธ์โดยองค์ประกอบด้านคุณสมบัติสามารถนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ได้ทั้ง 5 กลยุทธ์ รองลงมาคือด้านรูปทรง ด้านตราสัญลักษณ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านวัสดุและด้านเรื่องราวที่มาตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวจึงนำไปสู่การจัดทำแผนกลยุทธ์พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย มาตรการและตัวชี้วัด

ผลการวิจัยในระยะที่ 3 การทดลองใช้กลยุทธ์ประกอบด้วยมาตรการตอบสนอง ค่าคาดหวังของลูกค้า กำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ วัสดุผสมผสาน สร้างความแตกต่าง นำเสนอเรื่องราวภูมิปัญญาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ใช้ในกิจกรรมทางศาสนา แปลงผลสู่การปฏิบัติเป็นผลิตภัณฑ์ผ้ากราบพระ โดยกลุ่มทดลองใช้กลยุทธ์เป็นกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าแต่ทางกลุ่มจะมีเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้า การนำผ้าทอพื้นเมืองมาออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้องค์ความรู้ในการผสมผสานตราสัญญลักษณ์เมืองนคร การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นจากภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งพระพุทธศาสนาและเมือง 12 นักษัตร อีกทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมาในการกราบไหว้พระธาตุเมืองนครโดยใช้ผ้ารองกราบและนำผ้ากลับไปบูชาที่บ้าน จึงเป็นเรื่องราวที่มาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นการส่งเสริมการเป็นเมืองมรดกโลก



ภาพที่ 3 ผ้ากราบพระ 2 แบบจากการประชุมระดมสมอง

ผลการวิจัยในระยะที่ 4 ประเมินตามตัวชี้วัด มีผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานศิลปะการปักผ้าที่เกิดจากการระดมสมอง โดยการมีส่วนร่วมของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อรองรับแนวโน้มการเป็นมรดกโลกของพระบรมธาตุนครศรีธรรมราชและใช้ในกิจกรรมทางศาสนา การประเมินผลจากกลยุทธ์ตามตัวชี้วัดการทดลองใช้กลยุทธ์ มีดังนี้

ตารางที่ 2 เป้าหมาย มาตรการ ตัวชี้วัดการทดลองใช้กลยุทธ์

เป้าหมาย	มาตรการ	ตัวชี้วัด
1. การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม	1.1 คุณสมบัติที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าจากการสร้างความแตกต่างโดยใช้ศิลปะรูปแบบต่างๆ เข้ามาช่วยเสริม เช่น การปัก การย้อมสีธรรมชาติ เป็นต้น	1.1.1 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการใช้ศิลปะรูปแบบอื่นเข้ามาผสมผสาน 1.1.2 มีนักออกแบบผลิตภัณฑ์มาร่วมนำเสนอแนวคิดการผสมผสานศิลปะอื่น
	1.2 การกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์สัมผัสได้ มีความร่วมสมัยมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว	1.2.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์ความร่วมสมัย 1.2.2 มีนักออกแบบผลิตภัณฑ์มาร่วมนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์งานฝีมือที่มีอัตลักษณ์
2. การใช้องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.1 คุณสมบัติที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าจากการสร้างความแตกต่างโดยใช้ศิลปะรูปแบบต่าง ๆ	2.1.1 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการใช้ศิลปะรูปแบบอื่นเข้ามาผสมผสาน
3. ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด	3.1 สร้างตราสัญลักษณ์จากประวัติศาสตร์การเป็นมรดกโลกประกอบด้วยตราสัญลักษณ์ 12 นักษัตร นะโมพระพุทธสิหิงค์ พระบรมธาตุ	3.1.1 มีตราสัญลักษณ์ที่เป็น ตรา 12 นักษัตรหรือนะโมหรือพระพุทธสิหิงค์หรือพระบรมธาตุ 3.1.2 มีนักออกแบบผลิตภัณฑ์มาให้ความคิดเห็นตราสัญลักษณ์
	3.2 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อใช้ในกิจกรรมทางด้านศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม	3.2.1 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้ในกิจกรรมทางศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น 3.2.2 ร้อยละความพึงพอใจในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ของสมาชิกในกลุ่ม 3.2.3 ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่

ประเมินผลตามเป้าหมายที่ 1) การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม ตัวชี้วัดที่ 1.1.1 มีจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ผ้ากราบพระ 1 ชนิด ตัวชี้วัด 1.1.2 และ 1.2.2 มีนักออกแบบผลิตภัณฑ์มาร่วมนำเสนอแนวคิดการผสมผสานศิลปะอื่นได้ผ้ากราบพระที่ใช้ผ้าทอพื้นเมืองผสมผสานกับการปักผ้าโดยใช้สีประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชและลวดลายที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ตัวชี้วัด 1.2.1 ผ้ากราบพระมีความร่วมสมัย นำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เป้าหมายที่ 2) ตัวชี้วัดที่ 2.1.1 ผ้ากราบพระมีการนำศิลปะการออกแบบและการปักลายมาผสมผสาน เป้าหมายที่ 3) ตัวชี้วัดที่ 3.1.1 และ 3.1.2 มีตราสัญลักษณ์ที่เป็น ตรา 12 นักษัตร พระพุทธสิหิงค์ และพระบรมธาตุ ตัวชี้วัดที่ 3.2.1 ผ้ากราบพระใช้ในกิจกรรมทางศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ตัวชี้วัดที่ 3.2.2 ร้อยละความพึงพอใจในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ของสมาชิกในกลุ่มอยู่ในระดับร้อยละ 85

ประเมินผลการใช้กลยุทธ์ ด้านประโยชน์ 4.12 เห็นด้วยมาก ด้านความเป็นไปได้ 3.72 เห็นด้วยมาก ด้านความเหมาะสม 4.58 เห็นด้วยมากที่สุด ด้านความถูกต้อง 4.66 เห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัยในระยะที่ 5 เผยแพร่กลยุทธ์ให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่ม องค์การบริหารส่วนตำบลและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอที่กลุ่มผลิตตั้งอยู่และเผยแพร่เป็นบทความเชิงวิชาการเรื่องกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนทางเว็บไซต์ Manage.nstru.ac.th/newsite

สรุปผลการวิจัย

องค์ประกอบและแนวทางดำเนินการกลยุทธ์ ตราสัญลักษณ์ คุณสมบัติ บรรจุภัณฑ์ วัสดุ รูปทรงและเรื่องราวที่มา แนวทางการดำเนินกลยุทธ์ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันโดยใช้ตาราง TOWS Matrix กำหนดกลยุทธ์เบื้องต้น กำหนดจุดมุ่งหมายที่ต้องการประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์และตัวชี้วัด นำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ภายในปี 2556 กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนยกระดับมูลค่าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่มาตรฐาน พันธกิจ 1) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม 2) การสร้างตราสัญลักษณ์จากภูมิปัญญา ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม 3) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัยเอกลักษณ์เฉพาะตัว 4) ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีอัตลักษณ์ใช้ในการสื่อสารการตลาด 5) วัสดุในการผลิตควรผสมผสานศิลปะด้านอื่นเพื่อสร้างความแตกต่าง 6) รูปทรงผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อใช้ในกิจกรรมทางด้านศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม 7) นำเรื่องราวเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ การประเมินการใช้กลยุทธ์ด้านประโยชน์เห็นด้วยมาก ด้านความเป็นไปได้เห็นด้วยมาก ด้านความเหมาะสม เห็นด้วยมากที่สุดและด้านความถูกต้องเห็นด้วยมากที่สุด

อภิปรายผล

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของสุวิทย์ วงศ์รุจิราวาณิชย์ (2556) ในด้านตราสัญลักษณ์ ด้านวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประวัติความเป็นมาและประสบการณ์ของลูกค้า ด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต้องตอบสนองค่าคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์ได้ด้านบรรจุภัณฑ์มีประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ได้ ด้านวัสดุเป็นตัวบอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพอย่างไร ด้านรูปทรงผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือการแข่งขันที่สร้างผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งขันและด้านเรื่องราวที่มาเป็นจุดที่สร้างความประทับใจระหว่างผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ได้ จากงานวิจัยของอนุชิต กุลมาลา (2552) พบว่าแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ รูปทรงและขนาดตามความเหมาะสม การจัดการวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น เน้นเอกลักษณ์ตามแบบเดิมแต่เพิ่มการใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง กลยุทธ์จากงานวิจัย 5 กลยุทธ์

1. กลยุทธ์การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม กระบวนการมีส่วนร่วมประกอบด้วยการมีส่วนร่วมในการวางแผนโครงการเป็นขั้นตอนในการค้นหาปัญหาและสาเหตุความต้องการ รวมถึงการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการและแนวทางดำเนินงาน (โกวิทย์ พวงงาม. 2553 : 351)

2. กลยุทธ์การพัฒนาระบบเครือข่าย เป็นการดำเนินงานที่ร่วมกันระหว่างกลุ่มผลิตกับบุคคลภายนอกสามารถร่วมมือกันในการดำเนินงานได้งานวิจัยของอ้อยทิพย์ เกตุเอม สมโพธิ์ สุตโรจประจักษ์ และสุนีรัตน์ สุตโรจประจักษ์ (2550) พบว่า สมาชิกกลุ่มเครือข่ายได้เรียนรู้ภูมิปัญญาการทอผ้าหางกระรอกและนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าไหมมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกลุ่มดีขึ้น

3. กลยุทธ์การใช้องค์ความรู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีงานวิจัยของกฤตพร ชูเส้ง สุวดี ประดับ และเกศทิพย์ กรี่เงิน (2552) พบว่ามีการถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์โดยจัดการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มและการจัดการแบบบูรณาการต้องอาศัยความรู้ที่เป็นสหวิทยาการและใช้วิธีคิดแบบองค์รวมให้กำหนดรูปแบบการจัดการเชิงบูรณาการได้อย่างชัดเจนเป็นการนำเอาความรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชนมาผสมผสานกัน (โกวิทย์ พวงงาม. 2553)

4. กลยุทธ์เน้นเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ต้องนำวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาใช้ในผลิตภัณฑ์แนวคิดการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความเชื่อพื้นฐานที่ว่าภูมิปัญญาคือฐานอันทรงพลังของชุมชนที่สำคัญของการพัฒนา (โกวิทย์ พวงงาม. 2553 : 149) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย อนุชิต กุลมาลา (2552) พบว่าแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์มี 2 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรเน้นลายและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น 2) แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ จัดการวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น เน้นเอกลักษณ์ตามรูปแบบเดิมแต่เน้นประโยชน์ใช้สอยหลายอย่าง

5. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่มีฐานเดิมในด้านวัฒนธรรม งานวิจัยของ กฤตพร ชูเส้ง สุวดี ประดับ และเกศทิพย์ กรี่เงิน (2552) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านรูปแบบและสีที่ใช้ในการย้อมอยู่ในระดับมากที่สุดและงานวิจัยของสิริกานต์ วงษ์ที (2550) ผลการศึกษาได้ 3 กลยุทธ์ 1) กลยุทธ์พัฒนาจัดการความต้องการผู้บริโภค 2) กลยุทธ์พัฒนาทรัพยากรในด้านการตลาด 3) กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย ตามหลักทฤษฎีจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง ต้นทุนต่ำและที่สนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Dess, Lumpkin, Eisner, McNamara & Kim. 2012 : 121) จะประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. นำแผนกลยุทธ์ปรับใช้กำหนดตัวชี้วัดตามแผนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมในการเลือกกลยุทธ์ กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดร่วมกันเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ได้

2. นำแผนกลยุทธ์ไปปรับใช้เชิงนโยบายเพื่อวางแผนส่งเสริมกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้บรรลุผลสำเร็จนำกลยุทธ์ในแต่ละด้านประกอบการจัดสรรงบประมาณหรือทำแผนการดำเนินงานในปีต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กฤตพร ชูเส้ง สุวดี ประดับ และเกศทิพย์ กรี่เงิน. (2552). **รายงานวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์มัดย้อมสำหรับกลุ่มสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง จำกัด**. กรุงเทพฯ : สหกรณ์การเกษตรหุบกะพง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

โกวิทย์ พวงงาม. (2553). **การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2556). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://www.nesdb.go.th. [22 มีนาคม 2556].

จารุพร มีทรัพย์ทอง. (2550). **สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าบ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย**. เลย : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ณรงค์ชัย อัครเศรณี. (2555). **กระตุกต่อมคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) สบร.

วิชิต อู่อ้น . (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : พรินท์แอทมี.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). **ทุนความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : ไว้ลาย .

สรังสี แก้วพิจิตร. (2551). **ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการผลิตผ้าไหมปักธงชัยเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สิริกานต์ วงษ์ที. (2550). **กลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุวิทย์ วงศ์รุจิราวาณิชย์. (2556). **การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า**. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม.

อนุชิต กุลมาลา. (2552). **การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานสานไม้ไผ่เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อ้อยทิพย์ เกตุเอม สมโพธิ์ สุตโรจประจักษ์ และสุนีรัตน์ สุตโรจประจักษ์. (2550). **รายงานการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหางกระรอก**. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

อาภาพรรณ ชนานิยม. (2556). **การกำหนดแนวคิดของผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม .

Dess, G. G, Lumpkin G.T, Eisner A.B, McNamara G. & Kim, B.J. (2012). **Strategic Management : Creating Competitive Advantages.** New York : McGraw-Hill.